

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SINDUADI *FITNESS*
CENTRE (SFC) SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga**



Oleh :
Dwi Okto Panuntun
NIM 12603141046

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SINDUADI FITNESS CENTRE (SFC) SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA”** ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, 29 April 2016
Dosen Pembimbing



Yudik Prasetyo, M.Kes. AIFO.
NIP 19820815 200501 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Okto Panuntun
NIM : 12603141046
Program Studi : Ilmu Keolahragaan
Fakultas : Fakultas Ilmu Keolahragaan

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang berlaku. Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam lembar pengesahan adalah asli, apabila terbukti tanda tangan penguji palsu, maka saya bersedia untuk memperbaiki dan menerima sanksi ditunda Yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, 29 April 2016
Yang menyatakan,



Dwi Okto Panuntun
NIM 12603141046

PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai Tempat Berolahraga” yang disusun oleh Dwi Okto Panuntun, NIM 12603141046 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Mei 2016 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Yudik Prasetyo, M.Kes	Ketua Penguji		25/5-2016
Sulistiyono, M.Pd	Sekretaris Penguji		25/5-2016
Dr. Ahmad Nasrulloh	Penguji I		25/5-2016
Sumarjo, M. Kes	Penguji II		25/5-2016

Yogyakarta, Mei 2016
Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,




Prof. Dr. Wawan S. Suheran, M. Ed.
NIP. 19640707 198812 1 001

MOTTO

1. “Orang-orang hebat dibidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja. Mereka tidak menyia-nyiakan waktu untuk menunggu inspirasi.”
(Ernest Newman)
2. “Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.”
(Aristoteles)
3. “Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.” (Thomas Alfa Edison)
4. “Keramahtamahan dalam perkataan menciptakan keyakinan, keramahtamahan dalam pemikiran menciptakan kedamaian, dan keramahtamahan dalam memberi menciptakan kasih.” (Lao Tse)
5. “Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah diperbuat/dilakukannya.” (Ali Bin Abi Thalib)
6. “Mereka berkata bahwa setiap orang membutuhkan tiga hal yang akan membuat mereka berbahagia di dunia ini, yaitu: seseorang yang dicintai, sesuatu untuk dilakukan, dan sesuatu untuk diharapkan.” (Tom Bodett)
7. “Jagalah persaudaraan seutuhnya, bukan sebutuhnya.” (Dwi Okto)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan serta do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan YME, karena hanya atas izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak dan Ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya.
3. Bapak Dosen pembimbing, penguji dan pengajar FIK UNY, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan serta pelajaran yang tiada ternilai harganya.
4. Kakak saya, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan do'a untuk keberhasilan ini.
5. Program Studi Ilmu Keolahragaan FIK UNY.
6. Almamater tercinta Universitas Negeri Yogyakarta.

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SINDUADI *FITNESS CENTRE*
(SFC) SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA**

Oleh:
Dwi Okto Panuntun
12603141046

ABSTRAK

Olahraga kesehatan merupakan sebuah aktivitas yang bertujuan untuk menjaga tubuh tetap berada dalam kondisi sehat dan bugar. Jenis olahraga kesehatan yang mendukung kesehatan dan kebugaran dalam menjaga tubuh salah satunya adalah dengan berolahraga *fitness*. Semakin berkembangnya tingkat kehidupan masyarakat, berkembang juga minat masyarakat dalam memilih *fitness centre*. Oleh sebab itu, proses pengambilan keputusan sebelum memilih tempat *fitness* dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: motivasi, lokasi, dan promosi. Dalam pelaksanaan keputusan memilih tersebut, masih belum diketahui faktor pengaruh apa saja yang paling berpengaruh terhadap *member* mengenai keputusan memilih *fitness centre*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi baik secara parsial dan serempak terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kuantitatif. Metode penelitian asosiatif kuantitatif dirancang untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan metode survey. Subjek dalam penelitian adalah *member* atau anggota terdaftar di Sinduadi *Fitness Centre* pada Tahun 2016. Teknik pengambilan data dalam penelitian menggunakan instrumen berupa angket.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi, lokasi, dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*, serta secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien determinasi 0,655 yang berarti bahwa 65,5% variabel motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*, dan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *motivasi, lokasi, promosi, pengambilan keputusan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala kekuasaan-Nya, kasih sayang, dan atas segala nikmat yang telah Engkau berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah tercinta Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan pejuang akhir zaman.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan masyarakat pada umumnya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dorongan dan dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini mendapat banyak bimbingan, pengarahan, motivasi, bantuan, dan nasehat. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Wawan Sundawan Suherman, M.Ed. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan yang telah memberikan izin pada penelitian ini.
3. Bapak dr. Prijo Sudibjo, M. Kes., Sp.S. selaku Kaprodi Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin pada penelitian ini.

4. Bapak Yudik Prasetyo, M. Kes. selaku dosen pembimbing skripsi yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun, mengarahkan, dan memberikan bimbingan pada penelitian ini.
5. Eka Novita Indra, M. Kes. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dorongan dalam penulisan skripsi ini.
6. Pengelola, instruktur, dan *member* Sinduadi Fitness Centre, yang turut serta menyediakan waktu dan tempat dalam kelancaran penelitian ini.
7. Teman-teman satu rumah (Ade, Arga, Aries, Arif, Bagas, dan Wiwit), teman-teman BOCOZ (Asad, Alfian, Amar, Asad, Atif, Hamas, Nanang, dan Putra), teman-teman komunitas R15Yogyakarta, dan teman terdekat (Mia Desi Tri Yuwanita) tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua skripsi ini dapat terselesaikan, terimakasih untuk canda tawa, perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini.
8. Teman-teman Prodi Ilmu Keolahragaan FIK UNY angkatan 2012 yang telah memberikan segala dukungan serta motivasinya.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga karya sederhana ini memberikan sedikit manfaat dan inspirasi baru bagi siapa saja yang membacanya.

Yogyakarta, Mei 2016
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori	12
1. Motivasi	12
2. Lokasi	15
3. Promosi	17
4. Perilaku Konsumen	19
5. Keputusan Memilih.....	20
6. <i>Fitness Centre</i>	23
7. <i>Sinduadi Fitness Centre</i>	24
B. Penelitian yang Relevan	26
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis	29
 BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	30

B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel Penelitian	31
D. Definisi Operasional Variabel	32
E. Instrumen Penelitian	33
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
G. Teknik Pengumpulan Data	43
H. Teknik Analisis Data.....	44
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	51
B. Pembahasan	60
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	62
B. Implikasi	63
C. Keterbatasan Penelitian	64
D. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Laporan Jumlah <i>Member</i> SFC Tahun 2016.....	5
Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Uji Coba Penelitian	35
Tabel 3. R <i>Product Moment</i>	39
Tabel 4. Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 5. Butir yang Gugur.	40
Tabel 6. Kisi-kisi Angket Penelitian	40
Tabel 7. Reliabilitas Uji Coba.....	42
Tabel 8. Nilai Butir Pernyataan.....	43
Tabel 9. Data Statistik Angket Penelitian Pengambilan Keputusan	50
Tabel 10. Uji Normalitas.....	51
Tabel 11. Uji Multikolineritas.....	52
Tabel 12. Uji Linieritas.....	52
Tabel 13. Hasil Estimasi Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 14. Coefficient Table.....	53
Tabel 15. Uji F.....	55
Tabel 16. Uji T.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran Penelitian	28

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Permohonan Ijin Uji Coba Penelitian	67
Lampiran 2. Surat Permohonan Ijin Penelitian	68
Lampiran 3. Surat Permohonan Memvalidasi Instrumen	69
Lampiran 4. Persetujuan Validasi Ahli	70
Lampiran 5. Uji Coba Angket Penelitian.....	72
Lampiran 6. Butir Pernyataan Uji Coba Angket Penelitian.....	73
Lampiran 7. Hasil Uji Coba Validitas.....	77
Lampiran 8. Hasil Uji Coba Angket Penelitian	79
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas	83
Lampiran 10. Angket Penelitian	85
Lampiran 11. Butir Pernyataan Angket Penelitian	86
Lampiran 12. Data Penelitian.....	90
Lampiran 13. Hasil Penelitian Kuantitatif	94
Lampiran 14. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	97
Lampiran 15. Brosur Sinduadi <i>Fitness Centre</i>	98
Lampiran 16. Dokumentasi.....	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Olahraga kesehatan merupakan sebuah aktivitas yang bertujuan untuk menjaga tubuh tetap berada dalam kondisi sehat dan bugar. Seseorang yang memiliki tubuh bugar berarti lebih dari sehat, dimana seseorang tersebut tidak hanya terbebas dari penyakit, tetapi memiliki kemampuan gerak yang mendukung aktivitasnya secara efisien tanpa mengakibatkan kelelahan yang berlebihan. Oleh sebab itu khususnya olahraga kesehatan diperlukan kreativitas yang tinggi untuk membuat berbagai variasi bentuk aktivitas gerakan agar menjadi tidak membosankan (Boyke Mulyana, 2013: 37).

Jenis olahraga kesehatan yang mendukung pemeliharaan kebugaran tubuh dengan kreatifitas tinggi dan tidak membosankan dapat diperoleh dengan menerapkan program latihan kebugaran, salah satunya dengan berolahraga *fitness*. Latihan kebugaran atau *fitness* merupakan proses sistematis menggunakan rangsang gerak dan bertujuan meningkatkan atau mempertahankan kualitas fungsional tubuh, yang meliputi kualitas daya tahan paru jantung, kekuatan atau daya tahan otot, kelentukan, dan komposisi tubuh (Faidillah, 2006: 10).

Pengertian *fitness* menurut Faidillah (2006: 62) adalah kemampuan fisik seseorang dalam melakukan kegiatan/kerja sehari-hari secara efisien tanpa timbul suatu kelelahan. Gaya hidup pelaku *fitness* pada dasarnya adalah gaya hidup yang melibatkan aktivitas yang membuat orang menjadi lebih sehat, lebih

bugar, dan jarang sakit, yaitu dengan cara menerapkan istirahat yang cukup, berolahraga secara rutin, dan makan yang teratur (mengandung nutrisi lengkap). Para pelaku olahraga *fitness* memiliki tujuan yang berbeda-beda tergantung dari setiap individunya. Tujuan berolahraga *fitness* antara lain untuk program penurunan berat badan, penambahan berat badan, dan hipertropi otot (*body builder*).

Fitness Centre merupakan salah satu tempat kebugaran yang sedang berkembang saat ini. Baik dari remaja hingga lansia laki-laki maupun perempuan tertarik ketempat ini, karena ditempat ini pengunjung dapat berolahraga dengan nyaman, tanpa biaya mahal, dan tidak memerlukan waktu yang banyak serta dapat disesuaikan dengan waktu individu pengunjung. Tingkat kebutuhan olahraga pada individu dengan aktivitas pekerjaan yang semakin meningkat, sedangkan ketersediaan tempat *fitness* yang semakin banyak dan berkembang. Hal ini memicu persaingan dalam membuka peluang bisnis sebagai penyedia jasa tempat *fitness* baik di kota maupun di penjuru pelosok kota. Dalam menganalisa peluang bisnis sudah semestinya memperhatikan pemilihan lokasi yang baik dan informasi mengenai faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih *fitness centre*.

Sukses tidaknya suatu tempat *fitness centre* salah satunya disebabkan dari seberapa strategisnya pemilihan lokasi. Pada kenyataannya pemilihan lokasi yang baik dan strategis dalam mendirikan sebuah tempat *fitness* masih kurang diperhatikan dari sebagian besar pendiri tempat *fitness* yang ada. Bahkan kebanyakan pendiri jasa *gym* kurang memperhatikan untuk persaingan dimasa

yang akan datang dengan tempat *gym* lain dalam menyesuaikan kebutuhan pada konsumen. Seiring perkembangan zaman, *fitness centre* menjadi suatu kebutuhan dimana seseorang tidak perlu mencari waktu luang untuk berolahraga, sebab dari jam operasional dan jadwal kelas *aerobic* yang ditawarkan dari manajemen *fitness centre* serta jarak tempat yang strategis untuk ditempuh sangat membantu pengunjung atau *member* dalam menentukan jadwal *fitness*.

Dalam sebuah *fitness centre*, bukan hanya dilihat dari segi strategis tidaknya suatu lokasi saja, tetapi juga dibutuhkan sarana, prasarana yang lengkap, dan sistem manajemen yang baik dari pengelola *fitness centre* tersebut. Manajemen yang diterapkan haruslah sesuai dengan visi dan misi manajemen yang ada bagi sebuah *fitness centre*. Dengan pemilihan manajemen yang baik, maka akan berdampak pada kemajuan bagi *fitness centre*. Dalam hal ini peran manajer atau pengelola sangat berpengaruh besar dalam mempersiapkan program kerja untuk memajukan *fitness centre* yang dikelolanya. Pengelola atau manajer juga wajib menentukan kriteria instruktur yang sesuai dengan standar *fitness centre* yang ada. Hal ini berdampak pada kemajuan *fitness centre*, karena tempat *gym* yang baik dan menarik bagi pengunjung atau calon *member* salah satunya tergantung dari pelayanan yang diberikan karyawan atau pegawainya.

Seiring perkembangan tingkat kehidupan masyarakat, berkembang juga minat masyarakat akan manfaat dari adanya *fitness centre*. Banyaknya minat masyarakat dalam berolahraga *fitness* saat ini, menunjukkan indikasi bahwa kesadaran masyarakat untuk memelihara kebugaran cukup tinggi. Hal ini

dijadikan peluang oleh berbagai pusat kebugaran untuk lebih memperkenalkan jasa *fitness* kepada masyarakat. Pada kenyataannya pengelola yang ada di *fitness centre* hampir sebagian besar dalam memberikan promosi ke masyarakat belum cukup luas. Oleh sebab itu, pengelola yang baru harus memiliki ide yang lebih kreatif dan inovatif agar masyarakat sekitar tertarik untuk menjadi *member* atau anggota tetap. Selain membuat bentuk promosi yang menarik, beberapa faktor yang harus diperhatikan sebelum meluncurkan produk jasa yang ditawarkan yaitu dengan memperhatikan faktor penggerak motivasi yang dibutuhkan oleh konsumen sebelum mendirikan tempat penyedia jasa pusat kebugaran. Pada kenyataannya sebagian besar penyedia jasa *fitness* masih kurang maksimal dalam memberikan pemacu motivasi yang tepat. Faktor motivasi yang dijadikan suatu dorongan dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat terkini akan berimbas positif dengan semakin banyaknya jumlah minat pada penyedia jasa tersebut.

Demikian juga terjadi pada penyedia jasa tempat olahraga di Indonesia, khususnya tempat *fitness*. Semakin banyaknya penyedia jasa tempat *fitness* yang ada di Indonesia, maka konsumen atau calon *member* akan lebih selektif dalam memilih tempat *fitness* sebagai tempat untuk berolahraga. Keputusan konsumen dalam menentukan pemilihan atau keputusan dalam memilih tempat *fitness* tidak terjadi begitu saja, melainkan adanya berbagai faktor pendorong sebelum mengambil keputusan.

Salah satu *fitness centre* yang menyadari akan persaingan bisnis dalam bidang penyedia jasa olahraga adalah Sinduadi *Fitness Centre* (SFC). Dalam industri bisnis *fitness centre* tergolong dalam bidang industri penjual jasa. SFC

menawarkan berbagai macam fasilitas peralatan dan paket lengkap *fitness* serta aerobik. SFC juga menyediakan jasa *privat trainer* untuk *fitness*, pakaian *fitness*, dan program *insidental* bagi pengunjung. Banyaknya jenis pakaian *fitness* yang disediakan untuk dijual, memudahkan *member* baru untuk melengkapi kelengkapan dalam berolahraga *fitness* tanpa perlu mencari ke tempat lain. SFC juga menyediakan air putih gratis untuk menunjang latihan pengunjung atau *member* yang tidak membawa perlengkapan minum.

Perkembangan *fitness centre* (pusat kebugaran) di kota Yogyakarta berkembang dengan pesat, berdirinya beberapa *fitness centre* berskala besar dengan skala industri, memiliki kemasan pemasaran semenarik mungkin seperti dibuatnya website atau sosial media dengan berbagi variasi dan inovasi. Semakin bertambah banyaknya *fitness centre*, semakin besar persaingan yang dihadapi para pengelola *gym* untuk selalu berkreasi dalam bentuk promosi agar dapat menambah dan mempertahankan pelanggan yang ada. Hal ini didasarkan pada bukti berdirinya beberapa *fitness centre* di kota Yogyakarta diantaranya Sinduadi *Fitness Centre*, Lembah *Fitness* UGM, Zalaza Studio, Club House Casa Grande, *Fitness* UNY, Jogjakarta Plaza Hotel, dan lainnya. Berdirinya *fitness centre* tersebut memberikan dampak yang kuat pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam menentukan dimana mereka akan melakukan aktivitas olahraga. Aaron Smith (2008: 170) berpendapat bahwa promosi adalah kegiatan berkomunikasi dengan menarik perhatian konsumen, serta melibatkan konsumen tentang produk, membujuk, dan mendorong konsumen untuk membeli produk olahraga yang ditawarkan. Maka dari itu, sukses tidaknya

pengelola *fitness centre* dalam mempromosikan jasa yang ditawarkannya, akan berdampak langsung pada tingkat jumlah pengunjung atau pendaftar *member* di Sinduadi *Fitness Centre* yang dapat dilihat dari jumlah pendaftar ulang *member* setiap bulannya.

Berikut adalah laporan jumlah *member* tetap yang terdaftar di Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) pada Tahun 2016 sebagai berikut:

Tabel 1. Laporan Jumlah *Member* SFC Tahun 2016

Bulan	<i>Member</i> Perbulan	Persentase Kenaikan
Januari	11	-
Februari	14	21,43%
Maret	15	6,67%

Sumber: *Front Office (FO)* Sinduadi *Fitness Centre* (SFC).

Tabel 1. menunjukkan kenaikan jumlah *member* yang terdaftar di Sinduadi *Fitness Centre* pada tahun 2016 dengan rata-rata presentase kenaikan sebesar 9,37%. Kenaikan tersebut terjadi karena banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan akhir dalam memilih tempat *fitness*, antara lain motivasi, lokasi, dan promosi.

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan tempat *fitness* sebagai tempat untuk berolahraga di Sinduadi *Fitness Centre* (SFC). Keputusan pemilihan jasa merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi, kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungannya. Jadi, mengambil keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan

dari beberapa alternatif yang dihadapi, sedangkan alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan (Siswanto, 2005: 171-172).

Jika keputusan pemilihan jasa cepat dan tepat, maka dalam pemilihan ulang konsumen (*member*) tidak akan berpikir terlalu lama dalam melakukan pemilihan tempat jasa pada kesempatan selanjutnya. Sehingga konsumen akan menjadi konsumen tetap, bahkan ada kemungkinan konsumen akan merekomendasikan produk jasa tersebut kepada orang lain, dan secara tidak langsung pemilik tempat penyedia jasa *fitness* tersebut akan mendapat keuntungan dari hal tersebut.

Berdasarkan pemaparan teori dan data tentang jumlah anggota beserta jumlah presentase kenaikannya, maka penulis tertarik untuk menyusun penelitian tentang “Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai Tempat Berolahraga”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dari uraian latar belakang antara lain:

1. Penyedia jasa *fitness* masih kurang maksimal dalam memberikan pemacu motivasi yang tepat.
2. Pengelola yang ada di *fitness centre* hampir sebagian besar dalam memberikan promosi ke masyarakat belum cukup luas.
3. Pemilihan lokasi yang baik dan strategis dalam mendirikan sebuah tempat *fitness* masih kurang diperhatikan.

4. Belum diketahuinya pengaruh motivasi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.
5. Belum diketahuinya pengaruh lokasi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.
6. Belum diketahuinya pengaruh promosi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.
7. Belum diketahuinya pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.

C. Pembatasan Masalah

Dari beberapa identifikasi masalah yang sudah dikemukakan, tidak semua dari identifikasi masalah akan dikaji. Peneliti membatasi pada masalah tertentu berdasarkan urgensi masalah untuk dipecahkan. Sehingga ruang lingkup penelitian ini menjadi jelas dan terarah pada sasaran, tidak terlalu luas, dan membuat peneliti lebih spesifik dalam meneliti.

Berdasarkan uraian identifikasi masalah dan dengan mempertimbangkan keterbatasan penulis, maka penelitian ini hanya akan meneliti tentang:

1. Motivasi
2. Lokasi
3. Promosi
4. Pengambilan Keputusan

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga?
4. Apakah motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.

4. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini meliputi manfaat teoritis dan praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Olahraga kaitannya dengan pengambilan keputusan dan sebagai gambaran kepada perusahaan tentang usaha meningkatkan kualitas perusahaan dalam berbagai aspek.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman dalam menempuh pendidikan S-1 di Universitas Negeri Yogyakarta, serta berguna untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana yang digunakan sebagai syarat dalam melanjutkan pendidikan atau menuju dunia kerja.

b. Bagi Sinduadi *Fitness Centre* (SFC)

Hasil penelitian diharapkan sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan dalam meningkatkan jumlah *member* melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

c. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi perpustakaan Universitas Negeri Yogyakarta dan dapat menjadi bahan pembandingan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian.

d. Bagi Program Studi Ilmu Keolahragaan (IKOR)

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi bagi program studi Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta dalam menyelenggarakan proses pendidikan khususnya di bidang manajemen olahraga.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Motivasi

Siswanto (2005: 119) mendefinisikan motivasi sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan, dan menyalurkan ke arah mencapai kebutuhan yang memberikan kepuasan untuk berperilaku atau bertindak. Sedangkan menurut Winardi (2001: 3) motivasi merupakan sebuah konsep penting dalam studi tentang kinerja individual. Dengan kata lain, motivasi merupakan sebuah determinan penting bagi kinerja individual. Berdasarkan pengertian motivasi tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah proses yang menentukan perilaku kepada tujuan dan merupakan pengaruh atau dorongan kekuatan yang menimbulkan perilaku individu.

Untuk mendapatkan motivasi yang positif pada diri konsumen, maka diperlukan standarisasi motivasi. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk jasa yang ditawarkan memenuhi standar yang ditetapkan, sehingga akan berimbas pada tanggapan yang baik dari konsumen. Manajer atau pengelola penyedia jasa yang tidak memperhatikan faktor penggerak motivasi konsumennya akan berakibat pada kecendrungan menurunnya jumlah konsumen. Jika manajer atau pengelola memperhatikan penggerak motivasi konsumen dan mampu memenuhi kebutuhan dari motivasi konsumennya,

maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk memilih dan tetap setia tidak pindah ke lain tempat.

Siswanto (2005: 120) mengemukakan motivasi seseorang akan ditimbulkan oleh stimulusnya. Stimulus yang dimaksud merupakan mesin penggerak motivasi seseorang sehingga menimbulkan pengaruh perilaku orang yang bersangkutan. Penggerak motivasi antara lain:

a. Kinerja (*Achievement*)

Seseorang yang memiliki keinginan berprestasi sebagai suatu kebutuhan (*needs*) dapat mendorongnya mencapai sasaran. David McClelland dalam Siswanto (2005: 120) menyatakan bahwa tingkat *needs of Achievement* (n-Ach) yang telah menjadi naluri kedua (*second nature*) merupakan kunci keberhasilan seseorang. N-Ach biasanya juga dikaitkan dengan keberanian mengambil resiko yang diperhitungkan untuk mencapai suatu sasaran yang telah ditentukan.

b. Penghargaan atau Pengakuan (*Recognition*)

Pengakuan atas suatu kinerja akan memberikan kepuasan batin yang lebih tinggi daripada penghargaan dalam bentuk materi atau hadiah. Sebagai contoh pengakuan dalam bentuk piagam penghargaan atau medali dapat menjadi stimulus yang lebih kuat dibandingkan dengan hadiah berupa bonus atau uang.

c. Tantangan (*Challenge*)

Adanya tantangan yang dihadapi merupakan stimulus kuat bagi manusia untuk mengatasinya. Sasaran yang tidak menantang atau dengan

mudah dapat dicapai biasanya tidak mampu menjadi stimulus, bahkan cenderung menjadi kegiatan rutin. Tantangan demi tantangan biasanya memberikan gairah untuk mengatasinya.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Adanya rasa ikut serta memiliki (*sense of belonging*) akan menimbulkan motivasi untuk turut merasa bertanggung jawab. Apabila suatu tahap dapat dikendalikan sebagai hasil rasa tanggung jawab maka hasil akhir merupakan hasil dari *Total Quality Control* (Peningkatan Mutu Terpadu).

e. Pengembangan (*Development*)

Pengembangan kemampuan seseorang, baik dari pengalaman kerja atau kesempatan untuk maju dapat menjadi stimulus kuat bagi karyawan untuk bekerja lebih giat atau lebih bergairah. Apalagi jika pengembangan perusahaan selalu dikaitkan dengan produktivitas karyawan.

f. Keterlibatan (*Involvement*)

Rasa ikut terlibat dalam suatu proses pengambilan keputusan dengan ikut memberikan masukan merupakan stimulus yang cukup kuat untuk menciptakan motivasi. Rasa terlibat akan menimbulkan rasa ikut bertanggung jawab, rasa dihargai yang merupakan tantangan yang harus dijawab, melalui peran serta berprestasi untuk mengembangkan usaha maupun pengembangan pribadi.

g. Kesempatan (*Opportunity*)

Kesempatan untuk maju dalam jenjang karir yang terbuka, dari tingkat bawah sampai tingkat manajemen puncak merupakan stimulus yang cukup kuat bagi seseorang.

Faktor penggerak motivasi konsumen dalam menentukan suatu pengambilan keputusan dalam memilih suatu produk jasa dapat berubah-ubah tergantung dari diri individu tersebut dalam mengambil prinsip keputusan. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan pengelola penyedia jasa dalam mempengaruhi motivasi konsumen dengan memperhatikan indikator pendukung stimulan (penggerak) motivasi dari konsumen sehingga dapat menarik minat konsumen untuk menentukan keputusan pemilihan terhadap produk jasa yang ditawarkan. Berdasarkan bahasan diatas dapat dikatakan bahwa motivasi yang diperhatikan oleh pengelola jasa dapat mempengaruhi keputusan pemilihan terhadap produk jasa yang ditawarkan.

2. Lokasi

Menurut Aaron C. T Smith (2008: 99) lokasi merupakan sesuatu yang berkaitan dengan akses untuk memproduksi barang kepada konsumen. Lokasi atau tempat perusahaan merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pengambilan keputusan. Jadi pemilihan tempat sangatlah penting karena menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen.

Kedudukan perusahaan dapat berbeda dengan lokasi perusahaan, karena kedudukan perusahaan adalah kantor pusat dari kegiatan fisik perusahaan. Contoh bentuk lokasi perusahaan adalah tempat *fitness center*

sebagai perusahaan penyedia jasa dibidang olahraga. Memilih lokasi dalam mendirikan tempat penyedia jasa merupakan keputusan penting untuk memulai bisnis yang harus membujuk pelanggan dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat berpartisipasi dalam menentukan tercapainya tujuan dan target yang diharapkan. Pemilihan lokasi juga harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut. Sebelum menentukan pemilihan lokasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar, maka diperlukan sebuah pemikiran secara matang. Hal ini dikarenakan besarnya peran lokasi dalam menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan penyedia jasa tersebut.

Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan lokasi menurut Kotler (2009: 84), yaitu:

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Tempat parkir yang luas dan aman.
- d. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- e. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

Lokasi yang strategis akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengeluarkan biaya yang sedikit. Sementara lokasi yang kurang memadai dan tidak cukup strategis akan memaksa pelanggan untuk mengeluarkan lebih banyak biaya. Oleh sebab itu, perlu adanya *survey*

terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan dalam menentukan suatu lokasi atau tempat transaksi terhadap konsumen atau penerima jasa. Hal ini disebabkan karena konsumen memerlukan penyesuaian khusus terhadap lokasi, yaitu dengan cara memperhatikan lingkungan sekitar yang dekat dengan tempat umum, memperhatikan adanya tempat parkir yang luas dan aman, serta cenderung memilih lokasi yang tenang dan mudah ditempuh. Apabila indikator-indikator tersebut telah terpenuhi, maka tidak sulit bagi manajer atau pengelola untuk menarik konsumen dalam jumlah banyak.

Berdasarkan dari bahasan di atas dapat dikatakan bahwa lokasi yang ditentukan secara strategis dan memperhatikan elemen pendukungnya dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu produk penyedia jasa.

3. Promosi

Promosi adalah bentuk komunikasi dari penyedia produk (barang atau jasa) terhadap konsumen yang bertujuan untuk mendidik dan menarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Aaron C.T Smith, 2008: 170). Contoh promosi yaitu, pada sebuah perusahaan penyedia jasa yang menawarkan kepada pelanggannya untuk mencoba jasa yang ditawarkan. Promosi melibatkan semua bentuk komunikasi dengan konsumen, bukan hanya iklan. Promosi bisa dipandang sebagai cara berkomunikasi dengan konsumen yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan mereka tentang produk atau jasa. Tujuan dari promosi adalah untuk mendorong konsumen dalam mengembangkan opini yang baik tentang

produk olahraga dan kemudian memberikan rangsangan kepada konsumen agar mencoba produk olahraga yang ditawarkan. Promosi pada umumnya berkonsentrasi pada penjualan produk.

Bentuk-Bentuk promosi menurut Aaron C.T Smith (2008: 170-175) adalah sebagai berikut:

- a. Pemasangan iklan (*advertising*) adalah bentuk komunikasi satu arah di mana pemasar baik sendiri atau membayar orang lain untuk mengidentifikasi dan mempromosikan merek atau produk yang ditawarkan. Contoh iklan: iklan sosial media, iklan televisi, iklan majalah atau koran, iklan radio, iklan poster, dll.
- b. Penjualan Personal (*personal selling*) adalah presentasi personal oleh tenaga penjual produk dengan tujuan untuk membangun hubungan dengan konsumen agar meyakinkan konsumen untuk mencoba dan membeli terhadap produk yang ditawarkan. Contoh penjualan personal: pembicaraan antara penyedia jasa dengan konsumen melalui bertatap muka langsung, *telephone*, pesan teks, maupun internet.
- c. Promosi Penjualan (*sales promotions*) adalah program-program jangka pendek yang bertujuan untuk merangsang peningkatan penjualan. Contoh promosi penjualan: uji coba produk gratis, pemberian bonus pembelian, dan mendapatkan kupon.
- d. Hubungan Masyarakat (*public relations*) adalah membangun (*image*) hubungan baik dengan berbagai kelompok masyarakat dengan sejumlah cara supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan dan

membangun citra perusahaan yang bagus. Contoh hubungan masyarakat: klub olahraga yang menerbitkan hasil di internet atau koran.

Promosi pada umumnya memiliki fungsi dalam memberikan nilai tambah pada produk yang ditawarkan dengan mempengaruhi persepsi konsumen atas produk produk yang ditawarkan. Konsumen akan menerima informasi dari berbagai bentuk promosi yang tidak hanya melalui iklan, akan tetapi dapat juga melalui penjualan personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Pada intinya semua bentuk promosi tersebut memiliki fungsi yang sama dalam menarik konsumen untuk membeli atau memilih produk yang ditawarkan. Strategi ini merupakan nilai tambah bagi konsumen, karena konsumen yang pada awalnya tidak mengerti tentang produk yang ditawarkan menjadi lebih mudah dalam memahami produk dari harga dan kegunaannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi dapat memberikan informasi kepada konsumen yang akan berimbas terhadap pengambilan keputusan positif dari konsumen.

4. Perilaku Konsumen

Menurut Winardi (2004: 32) perilaku merupakan tindakan langsung yang pada dasarnya berorientasi pada tujuan (*goal-oriented*). Dengan kata lain, perilaku kita pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun tujuan spesifik tidak senantiasa diketahui secara sadar oleh individu. Dengan sifat perilaku yang tidak sadar dan cenderung berubah-ubah sesuai kebutuhannya, maka bagi penyedia produk baik barang maupun

jasa dapat mempengaruhi individu dari konsumen sebelum menetapkan pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Perilaku konsumen akan menentukan pengambilan keputusan setelah menerima rangsangan dari luar, sehingga mampu menyimpulkan manfaat dari produk yang akan dipilih dengan memperhatikan beberapa faktor kebutuhan yang utama. Proses pengambilan keputusan untuk memilih suatu produk baik barang maupun jasa bagi semua konsumen pada dasarnya adalah sama, hanya seluruh proses tidak selalu dilaksanakan oleh konsumen melainkan adanya faktor pendorong lainnya.

5. Keputusan Memilih

Keputusan pemilihan menurut M. Iqbal Hasan (2002: 10) adalah suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah. Sedangkan menurut Siswanto (2008: 171) pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistematis terhadap permasalahan yang dihadapi. Pendekatan tersebut menyangkut pengetahuan mengenai esensi atas permasalahan yang dihadapi, pengumpulan fakta dan data yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi, analisis permasalahan dengan menggunakan fakta dan data, mencari alternatif pemecahan, serta menganalisis setiap alternatif, sehingga ditemukan alternatif yang paling rasional dan penilaian atas keluaran yang dicapai.

Pengambilan keputusan sebagai suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah memiliki fungsi antara lain sebagai berikut:

- a. Pangkal Permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun kelompok, baik secara institusional maupun organisasional.
- b. Sesuatu yang bersifat futuristik, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, dimana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama. (M. Iqbal Hasan, 2002: 10).

Sedangkan tujuan dari pengambilan keputusan menurut M. Iqbal Hasan (2002: 10-11) dapat dibedakan dalam dua kategori, yaitu:

- a. Tujuan yang bersifat tunggal

Terjadi apabila keputusan yang dihasilkan hanya menyangkut satu masalah, artinya bahwa sekali diputuskan, tidak akan ada kaitannya dengan masalah lain.

- b. Tujuan yang bersifat ganda

Terjadi apabila keputusan yang dihasilkan itu menyangkut lebih dari satu masalah, artinya bahwa satu keputusan yang diambil itu sekaligus memecahkan dua masalah (atau lebih), yang bersifat kontradiktif atau yang bersifat tidak kontradiktif.

Menurut Siswanto (2008: 174-177), proses pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Penetapan tujuan spesifik serta pengukuran hasilnya

Apabila tujuan telah ditetapkan secara memadai, maka tujuan akan menentukan hasil yang harus dicapai dan ukuran yang akan digunakan untuk menunjukkan tercapai tidaknya tujuan tersebut.

b. Identifikasi permasalahan

Untuk menjamin agar sasaran dapat digunakan, maka sasaran harus memungkinkan untuk menetapkan standar yang berarti bagi pengendalian yang efektif.

c. Pengembangan alternatif

Sebelum melakukan pengambilan keputusan, terlebih dahulu perlu dikembangkan beberapa alternatif yang dapat dilaksanakan dan harus dipertimbangkan konsekuensi yang mungkin dari masing-masing alternatif.

d. Evaluasi alternatif

Setelah dilakukan pengembangan alternatif, alternatif tersebut harus dievaluasi, dan dibandingkan. Pada setiap situasi keputusan, sasaran dalam mengambil keputusan adalah memilih alternatif yang lebih menguntungkan.

e. Seleksi alternatif

Seleksi alternatif dilakukan untuk memecahkan permasalahan sehingga mampu merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan.

f. Implementasi keputusan

Setiap keputusan memiliki karakteristik sedikit lebih dari suatu abstraksi, manakala keputusan tersebut tidak diimplementasikan. Pilihan harus dilaksanakan secara efektif untuk merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan.

g. Pengendalian dan evaluasi

Manajemen yang efektif melakukan pengukuran berkala mengenai keluaran yang nyata. Keluaran nyata dibandingkan dengan keluaran yang direncanakan dan apabila terjadi penyimpangan, perlu diadakan perubahan.

6. *Fitness Centre*

Pada dasarnya *fitness centre* merupakan sebuah tempat alternatif olahraga bagi sebagian orang yang sibuk akan aktivitas pekerjaannya. Tujuan berdirinya *fitness centre* sebagai sarana penyedia jasa olahraga yaitu memberikan layanan dalam meningkatkan kualitas hidup, membentuk tubuh, menambah atau menurunkan berat badan, dan menjaga status kebugaran penggunanya (Faidillah, 2006: 69). Peralatan latihan beban pada *fitness centre* terdiri dari dua alat, yaitu peralatan mesin (*gym machine*) dan beban bebas (*free weight*). *Fitness centre* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tempat *fitness* yang menggunakan alat-alat beban bebas yang sebagian besar alat latihannya tidak terdiri dari struktur seperti mesin.

Alat-alat beban bebas (*free weight*) memiliki keunggulan yaitu perkenaan otot lebih banyak (lebih variatif) dan beban terletak pada struktur yang tidak monoton. Keunggulan lain dari penyedia jasa tempat *gym* yang menggunakan alat-alat beban bebas bagi pemilik (*owner*) tidak memerlukan biaya yang terlalu besar sehingga mampu bersaing dalam menetapkan harga sewa yang tergolong dapat terjangkau untuk semua golongan. Keterampilan yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu ketrampilan olahraga,

khususnya dalam melatih kebugaran tubuh. Selain itu, manfaat yang didapat dari berolahraga di *fitness centre* yang menggunakan alat-alat beban bebas, yaitu mendapatkan sarana dan prasarana latihan kebugaran dalam kemasan sederhana yang bernilai guna tinggi dan mendapatkan harga sewa yang tidak terlalu mahal.

7. Sinduadi *Fitness Centre* (SFC)

Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) merupakan satu diantara banyaknya tempat penyedia jasa *fitness* di Yogyakarta. SFC beralamat di kutu raden kompleks SD Sinduadi Barat jalan Magelang kilometer 5, Sinduadi, Mlati, Sleman. Selain lokasinya yang tidak jauh dari pusat kota dan berada di sebelah selatan *Jogja City Mall* (JCM), SFC juga memberikan kenyamanan yang asri terhadap konsumennya karena berada pada lingkungan pemukiman warga dan berada di area sekitar persawahan.

SFC menyediakan layanan latihan kebugaran, aerobik, dan salon. Konsep Sinduadi *Fitness Centre* sebenarnya hampir sama dengan konsep tempat *fitness* yang saat ini sudah banyak berdiri di Indonesia, khususnya Provinsi D.I Yogyakarta. Konsep yang membedakan dengan penyedia jasa *fitness* yang lain adalah penyediaan alat-alat yang sebagian besar menggunakan alat-alat beban bebas atau non mesin sehingga mampu menurunkan harga sewa yang relatif tidak mahal untuk konsumennya. SFC juga menyediakan layanan salon yang lokasinya berada di depan tempat *fitness*. Salon SFC menyediakan layanan potong rambut, rebonding, *creambath*, cat rambut (*toning*), *facial*, *make up* wisuda, dan catok.

Sedangkan senam aerobik dilaksanakan setiap hari senin, rabu, Kamis, Sabtu pukul 16.00 WIB. Selain menyediakan fasilitas latihan kebugaran, dengan adanya fasilitas salon dan aerobik menjadi peran tersendiri untuk SFC dalam menarik pengunjung atau konsumen agar menjadi *member* tetap di Sinduadi *Fitness Centre*.

Kehadiran SFC diharapkan menjadi salah satu solusi akan kebutuhan masyarakat sekitar akan pentingnya berolahraga dalam menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh. Nilai kesehatan dan sosial (karakter positif) harus menjadi bagian dari setiap sesi latihan, hal inilah yang membedakan SFC dengan tempat *fitness* yang lainnya. Nilai sosial yang dapat diperoleh dari menjadi *member* di SFC yaitu kebersamaan kekeluargaan yang tidak membedakan antara senior atau junior yang mungkin tidak dapat diperoleh di tempat lain. SFC telah memiliki citra yang baik dan besar, hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah *member* yang terdaftar sampai saat ini. Pengelola SFC terus mengembangkan kualitasnya untuk membuat citra merek positif bagi SFC sendiri. Maka dari itu, Sinduadi *Fitness Centre* diibaratkan menjadi *brand image* atau citra merek. Sinduadi *Fitness Centre* merupakan tempat penyedia jasa yang menjadi *brand image* dalam penelitian ini. Tempat penyedia jasa merupakan tempat untuk menuntut kebutuhan yang diharapkan dari konsumen. Maksud dari tempat penyedia jasa dalam penelitian ini yaitu Sinduadi *Fitness Centre* (SFC) sebagai tempat berolahraga.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian yang relevan sangat dibutuhkan untuk mendukung kajian teoritik yang dikemukakan sehingga dapat digunakan sebagai landasan untuk pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini akan disajikan penelitian yang relevan, yaitu:

1. Made Novandri (2010) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan.” Dalam penelitian tersebut adalah orang yang membeli sepeda motor yamaha di Harpindo Jaya cabang Ngaliyan. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi kasus. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda. Secara simultan variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan iklan (X3) dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena nilai koefisien regresi sebesar 0,365 untuk variabel iklan (X3), kemudian diikuti oleh variabel kualitas produk (X1) yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,330, dan yang terendah adalah variabel harga (X2) yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,277.
2. Agung Sugiharto (2015) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Biaya Latihan, dan Citra Sekolah terhadap Keputusan Memilih

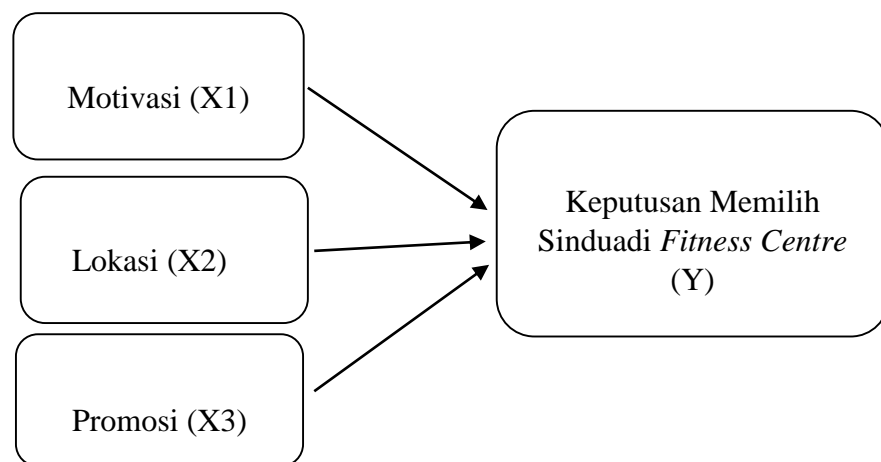
Real Madrid UNY *Soccer School* sebagai Tempat Berlatih.” Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Metode yang digunakan adalah survey dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket. Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua siswa Real Madrid UNY *Soccer School* yang telah diterima dalam proses seleksi dan masih aktif berlatih sebanyak 123 orang. Sampel dalam penelitian ini yaitu orang tua siswa sebanyak 123 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa koefisien determinasi 0,303 yang berarti bahwa 30,3 % berpengaruh terhadap keputusan memilih Real Madrid UNY *Soccer School* sebagai tempat berlatih, dan sisanya dipengaruhi faktor luar seperti ketertarikan, promosi, dan lain-lain.

C. Kerangka Berpikir

Motivasi, lokasi, dan promosi pada hakekatnya merupakan salah satu unsur pendukung dalam mengembangkan tempat *fitness*. Tempat *fitness* yang memperhatikan unsur-unsur tersebut dalam membangun jasa layanan *fitness*, akan mempengaruhi minat pengunjung agar menetapkan pilihan menjadi *member* tetap. Sinduadi *Fitness Centre* merupakan sebuah pusat kebugaran yang ada di Yogyakarta dengan jumlah *member* sekitar 200 *member* (2015). Banyaknya *member* yang memilih Sinduadi *Fitness Centre* belum dapat diketahui apakah para *member* dalam memilih tempat *fitness* tersebut dengan memperhatikan faktor motivasi, lokasi, dan promosi dari pengelola *fitness centre* tersebut.

Sebuah *fitness centre* memiliki target agar mampu mengembangkan berbagai unsur dalam membangun sebuah perusahaan penyedia jasa yang selalu berkembang dan memiliki banyak *member*. Apabila sebuah *fitness centre* memperhatikan faktor-faktor pemacu keputusan memilih yang diantaranya motivasi, lokasi, dan promosi, maka dapat bersaing dengan *fitness centre* lain yang semakin bertambah banyak.

Seseorang dalam memilih Sinduadi *Fitness Centre* belum bisa kita ketahui unsur variabel yang menggerakannya. Seseorang dalam memilih Sinduadi *Fitness Centre* berdasarkan unsur-unsur tersebut atau tidak. Maka dari itu untuk mengetahui hal tersebut perlu diukur dengan menggunakan sebuah instrumen berupa angket agar dapat diketahui jawabannya. Berdasarkan pemaparan di atas, tinjauan pustaka, dan penelitian relevan yang telah dipaparkan mengenai variabel independen (motivasi, lokasi, dan promosi), serta variabel dependen (keputusan pemilihan jasa), maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran penelitian seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini:



Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran Penelitian

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1: Ada pengaruh motivasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.
- 2: Ada pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.
- 3: Ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.
- 4: Ada pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan metode survei dan teknik pengambilan datanya menggunakan angket. Menurut Nanang Martono (2011: 17) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan, survei merupakan penelitian yang bertitik berat pada metode pengumpulan data (Puguh Suharso, 2009: 3). Penelitian asosiatif ini memiliki maksud untuk mengetahui pengaruh dan memberikan gambaran detail tentang analisis motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal ini berarti penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu apakah ada pengaruh antar variabel satu dengan variabel lainnya.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data yang berupa pernyataan-pernyataan tertulis untuk diisi oleh para responden dengan memberikan keadaan yang sesungguhnya. Setelah data diperoleh, selanjutnya data diproses dan diolah menjadi sebuah angka atau presentase yang sesuai dari tujuan penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 4-7 April 2016. Penelitian dilaksanakan di Sinduadi *Fitness Centre* yang beralamat di Kutu Raden komplek

SD Sinduadi Barat, jalan Magelang kilometer 5, Sinduadi, Mlati, Sleman, D.I Yogyakarta.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Nanang Martono (2011: 74) mengatakan “populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.” Sedangkan menurut V. Wiratna & Poly Endrayanto (2012: 13), “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang terdaftar sebagai *member* di Sinduadi *Fitness Centre* pada yang berjumlah 151 orang. (Buku *member* Sinduadi *Fitness Centre*).

2. Sampel

Sampel dapat didefinisikan sebagai suatu himpunan bagian dari populasi yang anggotanya disebut sebagai subjek, sedangkan anggota populasi adalah elemen (Puguh Suharso, 2009: 56). Sedangkan menurut V. Wiratna & Poly Endrayanto (2012: 13), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.”

Sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental* sampling. Menurut Nanang Martono (2012: 79), “*accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.” Cara pengambilan sampel dalam *accidental sampling* dimana sebagian populasi dijadikan sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian *member* di Sinduadi *Fitness Centre* yang masih aktif dan terdaftar sebagai *member* tetap pada bulan Januari, Februari, dan Maret 2016, dengan jumlah sampel 40 responden.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Singarimbun dan Effendi dalam Puguh Suharso (2009: 36) “definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu fenomena dan sangat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan fenomena yang sama.” Sedangkan, variabel merupakan konsep yang telah dioperasionalisasikan menjadi berbagai variasi nilai (Puguh Suharso: 2009: 36). Variabel digolongkan menjadi variabel terikat dan variabel bebas.

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi dan sekaligus menjadi sasaran penelitian. Melalui analisis terhadap variabel terikat akan menemukan solusi atas pemecahan masalah yang diteliti. Kemudian variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif dan negatif. Dengan kata lain bahwa *varians* variabel terikat ditentukan oleh variabel bebas (Puguh Suharso, 2009: 37-38). Dapat disimpulkan operasional variabel penelitian bertujuan untuk memberikan

gambaran bagaimana variabel penelitian akan diukur, sehingga tidak terjadi perbedaan pemahaman terhadap hal yang diteliti.

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas (motivasi, lokasi, dan promosi) dan variabel terikat (keputusan pemilihan). Motivasi atau stimulan motivasi merupakan pengaruh atau penggerak pada konsumen sebelum menentukan keputusan pemilihan yang di dalamnya terdiri dari kinerja, penghargaan, tantangan, tanggungjawab, pengembangan, keterlibatan, dan kesempatan. Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang memiliki pengaruh besar terhadap menarik tidaknya letak tempat yang ditawarkan. Indikator variabel lokasi dalam penelitian ini adalah akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan. Sedangkan, promosi merupakan faktor penting dalam menarik konsumen dalam menawarkan produk barang maupun jasa. Indikator variabel promosi dalam penelitian ini, yaitu: periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

Alat yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut menggunakan angket yang diberikan kepada anggota (*member*) Sinduadi *Fitness Centre*, sehingga diperoleh jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya yang kemudian diolah dalam bentuk presentase angka.

E. Instrumen Penelitian

Puguh Suharso (2009: 82) “Instrumen penelitian adalah alat atau pedoman untuk melakukan salah satu metode pengumpulan data.” Dalam pengumpulan data terlebih dahulu harus didesain secara jelas dan tepat metode yang hendak digunakan agar nilai penelitiannya tinggi. Dalam penelitian ini

bentuk instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah metode berupa angket yang sudah dimodifikasi dari skala linkert. Skala linkert adalah metode pengukuran yang kemungkinan jawaban tidak sekedar “setuju” dan “tidak setuju”, melainkan dibuat lebih banyak kemungkinan jawabannya.

Angket

Angket adalah daftar pernyataan. Pengajuan angket ini dilakukan dengan mengajukan daftar pernyataan secara sistematis dengan tujuan mendapatkan data yang diinginkan. Daftar pernyataan yang telah dibuat diedarkan pada responden. Data yang dikumpulkan meliputi:

- a. Identitas responden
- b. Data mengenai tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pemilihan (Puguh Suharso, 2009: 39).

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 7), ada beberapa langkah yang harus ditempuh dalam menyusun instrumen, langkah-langkah tersebut antara lain yaitu:

- a. Mendefinisikan konstruk

Mendefinisikan konstruk yaitu suatu tahapan yang bertujuan untuk memberikan batasan arti dari konstruk yang akan diteliti, dengan demikian nantinya tidak terjadi penyimpangan terhadap tujuan yang ingin dicapai. Konstruk atau variabel dalam penelitian ini adalah pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Pengaruh motivasi, lokasi, dan, promosi dalam memilih tempat *fitness* terkait dengan masalah penelitian yang tertuang dalam butir-

butir pernyataan pada angket. Variabel dalam penelitian ini adalah keputusan memilih tempat *fitness* di Sinduadi Fitness Centre.

b. Menyidik faktor

Menyidik faktor adalah suatu tahap yang bertujuan untuk menandai faktor-faktor yang disangka dan kemudian diyakini menjadi komponen dari konstruk yang akan diteliti. Dalam penelitian ini faktor yang akan diteliti adalah pengaruh keputusan pemilihan tempat *fitness* sebagai tempat berolahraga yang meliputi motivasi, lokasi, dan promosi. Motivasi dengan indikator: kinerja, penghargaan, tantangan, tanggungjawab, pengembangan, keterlibatan, dan kesempatan. Lokasi dengan indikator: akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan. Sedangkan, promosi ditunjukkan dengan indikator: periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

c. Menyusun butir-butir pertanyaan

Langkah yang ketiga adalah menyusun butir pertanyaan berdasarkan faktor yang menyusun konstruk. Butir pertanyaan harus merupakan penjabaran dari isi faktor. Berdasarkan faktor-faktor tersebut kemudian disusun butir-butir soal yang dapat memberikan gambaran tentang faktor tersebut.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup (*Closed End Items*) adalah suatu kuisioner dimana pernyataan-pernyataan yang ditulis telah disediakan dengan jawaban pilihan, sehingga

responden tinggal memilih salah satu dari jawaban yang disediakan. Adapun kisi-kisi butiran pernyataan dalam angket tersebut diantaranya:

Tabel 2. Kisi-kisi instrumen penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
Motivasi	Stimulan/ Penggerak	a. Kinerja b. Penghargaan c. Tantangan d. Tanggungjawab e. Pengembangan f. Keterlibatan g. Kesempatan	1, 2, 3* 4, 5* 6, 7, 8* 9, 10, 11* 12, 13 14, 15 16*, 17	17
Lokasi	Pemilihan lokasi	a. Akses b. Visibilitas c. Tempat parkir d. Ekspansi e. Lingkungan	1, 2, 3* 4, 5 6, 7, 8* 9*, 10* 11, 12, 13	13
Promosi	Alat promosi	a. Periklanan b. Penjualan perorangan c. Promosi penjualan d. Hubungan masyarakat	1, 2, 3* 4, 5 6, 7, 8 9, 10*	10
Pengambilan Keputusan	Proses Keputusan	a. Penetapan tujuan b. Identifikasi c. Pengembangan d. Evaluasi e. Seleksi f. Implementasi g. Pengendalian	1, 2, 3 4, 5* 6 8, 9 10, 11 12, 13 14, 15	15

Keterangan: * = nomor butir negatif.

Untuk mendapatkan data yang *valid*, sebelum angket digunakan untuk pengambilan data sesungguhnya, sebaiknya dilakukan uji coba untuk

mengetahui validitas dan reliabilitas, kemudian akan diperoleh alat atau instrumen yang betul-betul dapat digunakan dalam penelitian yang sebenarnya. Tingkat validitas dicari dengan menggunakan teknik uji validitas ahli (*expert judgement*). Validasi dilakukan oleh ahli yang terdiri dari 2 dosen, yaitu: (1) Yudik Prasetyo, M. Kes., dan (2) Ahmad Nasrulloh, M. Or. Pada uji reliabilitas instrumen dicari dengan mengadakan uji coba penelitian yang dilakukan di Lembah *Fitness* Wojo. Setelah dilakukan uji coba akan diperoleh instrumen penelitian yang benar-benar dapat digunakan pada penelitian yang sebenarnya.

Dalam angket ini ditetapkan skor yang akan diberikan pada tiap-tiap pilihan dengan menggunakan “skala Linkert” yang telah dimodifikasi. Skala Likert memiliki lima jawaban, yaitu: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Alternatif jawaban ragu-ragu dihilangkan agar jawaban lebih optimal. Sehingga terdapat empat alternatif jawaban yang disediakan. Sutrisno Hadi (1991: 20) menjelaskan bahwa modifikasi Skala Linkert dengan meniadakan kategori jawaban yang di tengah berdasarkan tiga alasan, yaitu:

1. Kategori ragu-ragu (*undecided*) mempunyai arti ganda dan bisa diartikan belum dapat memutuskan dan memberi jawaban (menurut konsep aslinya)
2. Kategori di tengah akan menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawabannya.
3. Kategori kecenderungan SS-S-TS-STs adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden, kearah selalu atau kearah tidak pernah.

Kategori jawaban di tengah akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyak informasi yang dapat dijangkau dari para responden.

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut V. Wiratna & Poly Endrayanto (2012: 177) menyatakan bahwa uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum untuk digunakan dalam mengambil data. Tingkat validitas dicari dengan mengadakan uji validasi yang dibantu oleh ahli dibidangnya. Angket yang digunakan pada penelitian terlebih dahulu divalidasi oleh seseorang bidang ahli. Uji validasi dilaksanakan untuk mendapatkan instrumen yang benar-benarnya. Pada uji reliabilitas dicari dengan mengujicobakan angket sebelum digunakan pada penelitian yang sebenarnya. Maka dari itu untuk mengetahui reliabilitas instrumen, maka diperlukan uji coba angket di Lembah *Fitness* Wojo. Uji coba angket ini dilakukan pada *member* Lembah *Fitness* Wojo sebanyak 30 responden. Uji reliabilitas bertujuan untuk mendapatkan instrumen yang benar-benar *valid* reliabelnya. Uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas suatu instrumen adalah seberapa jauh butir-butir dalam instrumen itu mewakili komponen-komponen dalam keseluruhan pada objek penelitian yang akan diteliti. Validitas juga dikatakan uji yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam

mendefinisikan suatu variabel (V. Wiratna & Poly Endrayanto, 2012: 177). Validitas isi ditentukan menggunakan kesepakatan ahli. Kesepakatan ahli bidang studi atau sering disebut dengan *domain* yang diukur menentukan tingkatan validitas isi. Pembuktian validitas ini untuk mengetahui apakah instrumen ini mampu mengukur apa yang hendak diukur. Untuk uji validitas ini menggunakan korelasi *r product moment* dan *SPSS 19.0 for Windows Evaluation Version*.

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil *r* hitung kita bandingkan dengan *r* tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 5% (0,05). Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment* yaitu:

(V. Wiratna & Poly Endrayanto, 2012: 177)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

N = Jumlah subyek

r_{xy} = koefisien korelasi antara X dan Y

$\sum X$ = jumlah skor butir

$\sum Y$ = jumlah skor total

$\sum Y^2$ = jumlah skor kuadrat variable Y

$\sum X^2$ = jumlah skor kuadrat variable X

$\sum XY$ = jumlah perkalian antara skor variable X dan skor variabel Y

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 responden maka nilai *r* tabel dapat diperoleh melalui tabel *r* dengan *df* (*degree of*

freedom) = $n-2$, jadi $df= 30-2= 28$, maka $r \text{ tabel}= 0,361$. R tabel dapat dilihat pada tabel nilai-nilai *r product moment* sebagai berikut: (Sugiyono, 2008: 524).

Tabel 3. R Product Moment

N	Taraf Signifikan	
	5%	1%
10	0,632	0,765
20	0,444	0,561
30	0,361	0,463
40	0,312	0,403
50	0,279	0,361

Berdasarkan hasil validasi oleh ahli menunjukan bahwa terdapat 7 butir gugur dan 48 butir valid. Butir yang gugur disajikan pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

No butir	V	No butir	V	No butir	V	No butir	V
X1.1	0.554	X2.1	0.663	X3.1	0.696	Y1	0.702
X1.2	0.199	X2.2	0.571	X3.2	0.565	Y2	0.635
X1.3	0.509	X2.3	0.412	X3.3	0.454	Y3	0.127
X1.4	0.555	X2.4	0.445	X3.4	0.659	Y4	0.566
X1.5	0.489	X2.5	0.596	X3.5	0.732	Y5	0.714
X1.6	0.603	X2.6	0.484	X3.6	0.668	Y6	0.516
X1.7	0.704	X2.7	0.097	X3.7	0.749	Y7	0.594
X1.8	0.061	X2.8	0.465	X3.8	0.694	Y8	0.077
X1.9	0.483	X2.9	0.487	X3.9	0.768	Y9	0.532
X1.10	0.612	X2.10	0.444	X3.10	0.465	Y10	0.563
X1.11	0.509	X2.11	0.516			Y11	0.149
X1.12	0.541	X2.12	0.044			Y12	0.553
X1.13	0.670	X2.13	0.572			Y13	0.623
X1.14	0.540					Y14	0.608
X1.15	0.644					Y15	0.554
X1.16	0.544						
X1.17	0.633						

Tabel 5. Butir yang gugur

No.	Variabel	Nomor Butir Gugur
1.	Motivasi	2,8
2.	Lokasi	7,12
3.	Promosi	-
4.	Keputusan Memilih	3,8,11
Jumlah		7

Sehingga didapatkan angket penelitian seperti pada tabel 8. sebagai berikut:

Tabel 6. Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
Motivasi	Stimulan/ Penggerak	1. Kinerja 2. Penghargaan 3. Tantangan 4. Tanggungjawab 5. Pengembangan 6. Keterlibatan 7. Kesempatan	1, 2* 3, 4* 5, 6 7, 8, 9* 10, 11 12, 13 14*, 15	15
Lokasi	Pemilihan lokasi	1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir 4. Ekspansi 5. Lingkungan	1, 2, 3* 4, 5 6, 7* 8*, 9* 10,11*	11
Promosi	Alat promosi	1. Periklanan 2. Penjualan perorangan 3. Promosi penjualan 4. Hubungan masyarakat	1, 2, 3* 4, 5 6, 7, 8 9, 10*	10
Pengambil- an Keputusan	Proses Keputusan	1. Penetapan tujuan 2. Identifikasi 3. Pengembangan 4. Evaluasi	1, 2 3, 4* 5, 6 7	12

		5. Seleksi	8	
		6. Implementasi	9, 10	
		7. Pengendalian	11, 12	

Keterangan: * = nomor butir negatif.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner (V. Wiratna & Poly Endrayanto, 2012: 186). Secara garis besar ada 2 jenis reliabilitas yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal.

Reliabilitas eksternal diperoleh dengan cara mengolah hasil pengujian yang berbeda. Baik instrumen yang berbeda maupun yang sama. Sedangkan reliabilitas internal diperoleh dengan cara menganalisis data dari satu kali pengujian. Menurut Sugiyono (2008: 250) menyatakan reliabilitas instrumen, digunakan pedoman untuk interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

- a. 0,00-0,199 : Sangat Rendah
- b. 0,20-0,399 : Rendah
- c. 0,40-0,599 : Sedang
- d. 0,60-0,799 : Kuat
- e. 0,80-1,000 : Sangat Kuat

Uji reliabilitas dilakukan pada *member fitness* di Lembah Fitness Wojo dengan responden 30 orang. Data yang diperoleh diolah

menggunakan teknik *Alpha Cronbach* yang bertujuan untuk mengetahui bahwasannya angket sudah reliabel untuk dijadikan instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, untuk mencari reliabilitas instrumen adalah dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan bantuan komputer program SPS (Seri Program Statistik) yaitu dengan rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel

Berdasarkan analisis data yang diperoleh dari uji coba instrumen dengan menggunakan bantuan SPSS diperoleh reliabilitas sebesar 0,879 (Variabel Motivasi), 0,798 (Variabel Lokasi), 0,891 (Variabel Promosi), 0,847 (Variabel Pengambilan Keputusan). Sehingga instrumen yang digunakan dapat dikatakan reliabel untuk melakukan penelitian ini.

Tabel 7. Reliabilitas Uji Coba

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
X1	0,879	>0,600	Reliable
X2	0,798	>0,600	Reliable
X3	0,891	>0,600	Reliable
Y1	0,847	>0,600	Reliable

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup yang sudah disediakan jawabannya. Angket tertutup (*Closed End Items*) adalah suatu

kuisisioner dimana pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang ada telah disediakan jawaban pilihan, sehingga responden tinggal memilih salah satu dari jawaban yang disediakan yang disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya. Skala bertingkat dalam angket ini menggunakan modifikasi skala Linkert dengan menghapus indikator ragu-ragu, sehingga diperoleh empat pilihan yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Model tersebut digunakan untuk memperoleh data mengenai pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pemilihan tempat *fitness* di Sinduadi *Fitness Centre*. Dari kategori di atas maka nilai jawaban perbutir yaitu:

Tabel 8. Nilai Butir Pernyataan

Pilihan Pernyataan	Nilai	
	Butir +	Butir -
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah dilakukannya pengumpulan data melalui angket penelitian yang disesuaikan dengan tujuan dari riset yang dilakukan. Adapun metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Menurut V. Wiratna & Poly Endrayanto (2012: 23), “analisis deskriptif adalah analisis yang bertujuan mendeskripsikan atau memberi

gambaran terhadap objek yang diteliti maupun data sampel atau populasi.”

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data yang didapat dari responden berdasarkan jawaban dari angket penelitian. Data tersebut dijadikan nilai statistik berupa angka, yang meliputi: mean, median, mode (modus), standar deviasi, nilai minimal, dan nilai maksimal.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis penelitian atau sebagai data yang dapat diklasifikasikan ke dalam kategori dalam wujud angka-angka atau dengan statistik. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. (V. Wiratna & Poly Endrayanto, 2012: 88). Model persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan memilih (variabel terikat)

X₁ = motivasi

X₂ = lokasi

X₃ = promosi

a = Konstanta, yaitu nilai Y pada saat semua variable X bernilai 0

b₁...b₃ = Kemiringan permukaan regresi yang menyatakan koefisien regresi

e = Suku kesalahan, berdistribusi normal dengan rata-rata 0, tujuan perhitungan e diasumsikan 0 (*error*).

a. Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis yang dipergunakan meliputi: uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji linier.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik harus berdistribusi normal atau mendekati normal. Normalitas data dapat diketahui melalui pengujian normalitas data dengan uji statistik. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari residual dan dikatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (5%), demikian pendapat Ghozali (2006: 147-152).

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Sminorv* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

2) Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) dan tidak boleh tinggi. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal.

Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol, demikian pendapat Ghazali (2005: 95).

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya, yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menjelaskan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10, demikian pendapat Ghazali (2006 : 96).

3) Uji Linieritas

Tujuan uji linieritas dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gejala hubungan antara variabel X terhadap variabel Y. Menurut Sofyan Yamin, Lien A. Rachmach, Heri Kurniawan (2011: 168-172) langkah awal dalam uji linieritas dapat dilakukan melalui mengkorelasikan antar variabel dependen dan variabel independen. Langkah selanjutnya adalah pemilihan variabel independen yang memiliki korelasi tertinggi terhadap variabel dependen. Langkah kedua adalah meregresikan antara variabel X dengan Y. Langkah ketiga adalah melakukan korelasi parsial antara variabel independen yang tersisa (X1, X2, X3) dan variabel Y. Uji linieritas dapat dilihat dari nilai signifikasinya, yaitu apabila nilai signifikasi > 0,05, maka dapat disimpulkan adanya linier antar variabel X terhadap Y.

Sedangkan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan antar variabel X terhadap Y secara linier.

b. Uji Hipotesis

1) Uji t

Menurut Ghozali (2006: 91-92) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial (dari setiap variabel: motivasi, lokasi, promosi) apakah terdapat pengaruh terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

Pengujian melalui uji t dilakukan dengan cara *quick look*, yaitu apabila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H_0 dapat ditolak jika nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Selanjutnya dengan menginterpretasikan koefisien variabel bebas (independen) dengan menggunakan *unstandardized coefficients* maupun *standardized coefficients*. Uji-t digunakan untuk menguji hipotesis satu dan dua serta ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Setelah dihitung menggunakan bantuan statistik SPSS model *coefficients* (a) maka dapat dilihat ada tidaknya pengaruh secara parsial, apabila nilai signifikansi $< 0,05$.

2) Uji F

Menurut Ghozali (2006: 91-92) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Oleh sebab itu menggunakan uji F, yaitu dengan menguji koefisien Regresi Linier Berganda secara serentak. Uji statistiknya adalah uji F dan hipotesis yang digunakan yaitu:

- a) $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.
- b) $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, yang berarti ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

Pengujian melalui uji F atau variansinya dengan cara menerapkan *quick look*, yaitu apabila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain dapat menyatakan hasil hipotesis dari semua variabel independen

secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Uji F dengan uji ANOVA atau F test dapat dikatakan berpengaruh secara simultan dari variabel X (x_1, x_2, x_3) terhadap variabel Y, jika nilai signifikan $< 0,05$.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2006: 87) uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dari koefisien determinan (R^2) dapat diketahui derajat ketepatan dari analisis Regresi Linear Berganda. R^2 menunjukkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel bebas dan variabel terikatnya. Interpretasi terhadap hasil koefisien determinan R^2 berarti:

- 1) Jika nilai koefisien determinan (R^2) semakin mendekati angka satu berarti variabel terikat dapat dijelaskan secara linear oleh variabel bebas. Jadi semakin besar R^2 maka semakin tepat model regresi yang dipakai sebagai alat peramalan, karena total variasi dapat menjelaskan variabel terikat.
- 2) Jika koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka nol maka sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Secara umum dapat dikatakan bahwa besarnya koefisien determinan ganda (R^2) berada antara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Analisis deskriptif dalam penelitian ini ditujukan untuk menggambarkan data yang didapat dari angket yang diisi oleh responden. Data tersebut dijadikan nilai statistik berupa angka, yang meliputi: mean, median, mode (modus), standar deviasi, nilai minimal, dan nilai maksimal. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif menggunakan teknik analisis deskriptif statistik *multiple model exist* dengan bantuan SPSS.

1. Analisis Deskripsi Data Statistik Responden

Data tabel pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga disajikan sebagai berikut:

Tabel 9. Data Statistik Angket Penelitian Pengambilan Keputusan

Statistics					
		Motivasi	Lokasi	Promosi	Pengambilan Keputusan
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		49.6250	34.9000	32.3250	40.8500
Median		50.0000	35.0000	31.5000	41.0000
Mode		53.00	33.00	29.00	40.00 ^a
Std. Deviation		4.19821	3.49212	3.85232	4.44655
Minimum		41.00	28.00	26.00	33.00
Maximum		58.00	42.00	40.00	48.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Berdasarkan tabel 9., Dapat dilihat bahwa data statistik penelitian dengan jumlah responden 40 orang menghasilkan data:

- a. Mean (rata-rata) responden (*member Sinduadi Fitness Centre*) untuk variabel motivasi sebesar (49,625), variabel lokasi (34,9), variabel promosi (32,325), dan variabel pengambilan keputusan (40,85).
- b. Data median (nilai tengah) pada variabel motivasi dengan nilai tengah (50,0), variabel lokasi (35,0), variabel promosi (31,5), dan variabel pengambilan keputusan (41,0).
- c. Data Mode atau nilai yang paling banyak muncul pada variabel motivasi (53,0), variabel lokasi (33,0), variabel promosi (29,0), variabel pengambilan keputusan (40,0).
- d. Standar deviasi atau penyimpangan data pada variabel motivasi (4,19821), variabel lokasi (3,49212), variabel promosi (3,85232), variabel pengambilan keputusan (4,44655).
- e. Nilai minimal pada variabel motivasi (41,0), variabel lokasi (28,0), variabel promosi (26,0), variabel pengambilan keputusan (33,0).
- f. Nilai maksimal variabel motivasi (58,0), variabel lokasi (42,0), variabel promosi (40,0), variabel pengambilan keputusan (48,0).

2. Analisis Kuantitatif

a. Uji Normalitas

Tabel 10. Uji Normalitas

No.	Variabel	Signifikan	Kesimpulan
1.	Motivasi	0,674	Normal
2.	Lokasi	0,491	Normal
3.	Promosi	0,163	Normal
4.	Pengambilan Keputusan	0,694	Normal

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua variabel baik bebas maupun terikat memiliki nilai signifikan diatas 0,05 atau $\text{sig} > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima yang berarti data residual terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 11. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.976	5.329		-.183	.856		
	Motivasi	.369	.155	.348	2.375	.023	.447	2.238
	Lokasi	.363	.172	.285	2.107	.042	.523	1.913
	Promosi	.336	.160	.291	2.092	.044	.496	2.015

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Berdasarkan tabel yang ada, semua variabel bebas memiliki nilai toleransi di atas 0,1 dengan rincian pada variabel motivasi (0,447), lokasi (0,523), dan promosi (0,496), serta memiliki VIF kurang dari 10 dengan rincian motivasi (2,238), lokasi (1,913), dan promosi (2,015), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Linieritas

Tabel 12. Uji Linieritas

Variabel X ke Y	Signifikan	Kesimpulan
Motivasi-Pengambilan Keputusan	0,712	Linier
Lokasi-Pengambilan Keputusan	0,217	Linier
Promosi-Pengambilan Keputusan	0,324	Linier

Dari tabel di atas semua variabel bebas memiliki nilai signifikan di atas 0,05 dengan rincian pada variabel motivasi ke pengambilan keputusan (0,712), lokasi pengambilan keputusan (0,217), dan promosi pengambilan keputusan (0,324) serta dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini dikatakan linier, karena memenuhi syarat dengan nilai $\text{sig} > 0,05$.

d. Estimasi Regresi Linier Berganda

Hasil estimasi analisis regresi berganda mengenai pengaruh motivasi (X_1), lokasi (X_2) dan promosi (X_3) terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* (Y), disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Estimasi Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koef. Regresi	t_{hitung}	Sig	Keputusan
Konstanta	-0,976	-0,183	0,856	Signifikan
Motivasi (X_1)	0,369	2,375	0,023	Signifikan
Lokasi (X_2)	0,363	2,107	0,042	Signifikan
Promosi (X_3)	0,336	2,092	0,044	Signifikan
Variabel dependen: Keputusan Memilih (Y) $R^2 = 0,655$ $F_{hitung} = 22,749$ $\text{sig} = 0,000$				

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 15. diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,976 + 0,369 X_1 + 0,363 X_2 + 0,336 X_3 + e$$

Tabel 14. Coefficients Table

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.976	5.329		-.183	.856
Motivasi	.369	.155	.348	2.375	.023
Lokasi	.363	.172	.285	2.107	.042
Promosi	.336	.160	.291	2.092	.044

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

1) Konstanta (a)

Pada persamaan nilai konstanta atau sebelum ada variabel bebas diperoleh sebesar -0,976 (positif) yang berarti bahwa jika skor pada ketiga variabel motivasi, lokasi, dan promosi sama dengan nol (0) maka keputusan memilih akan sebesar -0,976.

2) Koefisien Regresi Motivasi (b_1)

Koefisien regresi motivasi diperoleh sebesar 0,369 (positif) yang berarti bahwa apabila skor pada variabel motivasi meningkat, maka keputusan memilih akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel lokasi dan promosi dengan nol atau dalam keadaan konstan.

3) Koefisien Regresi Lokasi (b_2)

Koefisien regresi lokasi diperoleh sebesar 0,363 (positif) yang berarti bahwa apabila skor pada variabel lokasi meningkat, maka keputusan memilih akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel motivasi dan promosi sama dengan nol atau dalam keadaan konstan.

4) Koefisien Regresi Promosi (b_3)

Koefisien regresi promosi diperoleh sebesar 0,336 (positif) yang berarti bahwa apabila skor pada variabel promosi meningkat, maka keputusan memilih akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel motivasi dan lokasi sama dengan nol atau dalam keadaan konstan.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Serentak (Uji-F)

Uji-F dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien regresi seluruh prediktor (variabel independen) di dalam model secara bersama-sama (simultan). Jadi menguji signifikansi pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga (X kepada Y).

Tabel 15. Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.810	3	168.270	22.749	.000 ^a
	Residual	266.290	36	7.397		
	Total	771.100	39			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Motivasi

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada motivasi, lokasi, dan promosi secara simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

H_a : Ada pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi secara simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

Berdasarkan Tabel 15. uji signifikansi pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi secara simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*, dengan F statistik diperoleh F_{hitung} sebesar 22,749 dan signifikansi (sig) = 0,000, pada taraf signifikansi $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

Ditemukan pula koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,655 yang berarti bahwa sekitar 65,5% variasi pada variabel keputusan memilih mampu diterangkan oleh ketiga variabel motivasi, lokasi, dan promosi secara bersama-sama. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 34,5% diterangkan oleh variasi lain di luar model, seperti harga, kualitas layanan, citra produk dan lain sebagainya.

b. Pengaruh Variabel Motivasi terhadap Pengambilan Keputusan

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh variabel motivasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh motivasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

H_a : Ada pengaruh motivasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

Tabel 16. Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.976	5.329		.856
	Motivasi	.369	.155	.348	.023
	Lokasi	.363	.172	.285	.042
	Promosi	.336	.160	.291	.044

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Dari hasil perhitungan pada Tabel 16. diperoleh koefisien regresi motivasi sebesar 0,369 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 2,375 (signifikan, (sig) = 0,023). Uji t dikatakan berpengaruh, jika nilai sig < 0,05. Karena sig < 0,05 (5%) dan (0,023 < 0,05), maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

c. Pengaruh Variabel Lokasi terhadap Pengambilan Keputusan

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh variabel lokasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

H_a : Ada pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

Dari hasil perhitungan pada Tabel 16. diperoleh koefisien regresi lokasi sebesar 0,363 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar sebesar 2,107 dan signifikan (sig) = 0,042. Uji t dikatakan berpengaruh, jika nilai $sig < 0,05$. Karena $sig < 0,05$ (5%) dan ($0,042 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

d. Pengaruh Variabel Promosi terhadap Pengambilan Keputusan

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh variabel promosi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

H_a : Ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre*.

Dari hasil perhitungan pada Tabel 16. diperoleh koefisien regresi promosi sebesar 0,336 (positif). Uji signifikansi koefisien ini dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar sebesar 2,092 dan signifikan (sig) = 0,044. Uji t dikatakan berpengaruh, jika nilai $sig < 0,05$. Karena $sig < 0,05$ (5%) dan ($0,044 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a

diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga.

B. Pembahasan

Hasil penelitian motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* dengan menggunakan uji t. Secara parsial ditemukan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Berdasarkan hasil tersebut berarti motivasi yang diberikan Sinduadi *Fitness Centre* dapat dirasakan dengan baik dan mampu menggerakkan keinginan yang dibutuhkan *member*. Kemudian produk jasa yang sesuai dengan memperhatikan faktor penggerak motivasi *member* berdasarkan masa kekinian, dan evaluasi atas kehandalan membuat pelanggan tidak ingin beralih pada tempat *fitness* lain, pelanggan akan memaklumi kesalahan dan bahkan pelanggan bersedia merekomendasikan kepada orang lain. Ini berarti bahwa meningkatnya penggerak atau pendorong motivasi akan meningkatkan keputusan *member* dalam memilih dan sebaliknya menurunnya penggerak motivasi akan menurunkan keputusan *member* dalam memilih *fitness centre*.

Selain itu, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal tersebut dilihat dari letak lokasi Sinduadi *Fitness Centre* yang sudah mendapat letak strategis sebagai penyedia jasa olahraga. Dilihat dari akses Sinduadi *Fitness Centre* yang mudah dilalui dan terjangkau, sehingga lokasi dari Sinduadi

Fitness Centre dapat memenuhi kebutuhan dari *member* berdasarkan faktor pemilihan lokasi.

Promosi berpengaruh positif dan signifikan dikarenakan dalam memilih sebuah tempat *fitness* sebagian besar konsumen melihat kemasan promosi yang ditawarkan dari penyedia jasa tersebut. Kemasan promosi yang diberikan Sinduadi *Fitness Centre* cukup baik, dapat dirasakan, dan cukup memuaskan *member* (pelanggan) seperti adanya sosial media seperti *facebook (fb)*, tidak adanya jarak antara *member* dengan pegawai atau pengelola. Selain itu, produk jasa yang memperhatikan faktor kemasan promosi dan tersedia banyak bonus membuat pelanggan tertarik dan tidak ingin beralih pada tempat *fitness* lain. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya variasi dan inovasi promosi akan meningkatkan keputusan *member* dalam mengambil keputusan dan sebaliknya menurunnya variasi dan inovasi promosi akan menurunkan keputusan *member* dalam mengambil keputusan memilih *fitness centre*.

Secara simultan atau bersama-sama, motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien determinasi 0,655 yang berarti bahwa sebesar 65,5% variabel motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga, dan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi faktor luar seperti kualitas layanan, harga, citra produk dan lain-lain.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pada pembahasan bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,369 (positif) dan memiliki nilai $\text{sig } 0,023 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel motivasi secara parsial berpengaruh positif sebesar 0,369 dan berpengaruh signifikan sebesar 0,023 terhadap pengambilan keputusan.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,363 (positif) dan memiliki nilai $\text{sig } 0,042 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif sebesar 0,363 dan berpengaruh signifikan sebesar 0,042 terhadap pengambilan keputusan.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,336 (positif) dan memiliki nilai $\text{sig } 0,044 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh positif

sebesar 0,336 dan berpengaruh signifikan sebesar 0,044 terhadap pengambilan keputusan.

4. Secara simultan motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien determinasi 0,655 yang berarti bahwa sebesar 65,5% variabel motivasi, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* dan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi faktor lain.

B. Implikasi

Sesuai dengan penemuan dalam penelitian ini, maka implikasi dari penemuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Teori

Fakta yang terkumpul berupa data-data dari Sinduadi *Fitness Centre* sebagai subyek penelitian, ternyata variabel motivasi, lokasi, dan promosi secara parsial dan bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih *fitness centre*.

2. Praktis

Dengan diketahuinya ternyata motivasi, lokasi, dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih, dapat dijadikan bahan pertimbangan manajemen pengelola Sinduadi *Fitness Centre* untuk lebih meningkatkan dan mengevaluasi agar dapat dipertahankan dengan baik.

C. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini masih dirasakan adanya keterbatasan dan kelemahan yang tidak dapat dihindari seperti pengumpulan data dalam penelitian ini khususnya variabel motivasi, lokasi, dan promosi didasarkan hasil isian angket, sehingga dimungkinkan adanya unsur kurang obyektif. Selain itu dalam pengisian angket diperoleh adanya beberapa dari responden seperti kurang jujur dalam menjawab pernyataan dalam angket dengan keadaan yang sebenarnya.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka selanjutnya dapat diusulkan saran yang bermanfaat yang berkaitan dengan pengaruh motivasi, lokasi, dan promosi terhadap keputusan memilih Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga. Oleh sebab itu, sebaiknya Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat penyedia jasa olahraga harus tetap mempertahankan dan meningkatkan faktor penggerak motivasi terkini pada konsumen, lokasi yang nyaman dan strategis, serta kemasan promosi yang lebih menarik, karena terbukti pada hasil penelitian bahwa motivasi, lokasi, dan promosi terhadap Sinduadi *Fitness Centre* sebagai tempat berolahraga cukup tinggi. Apabila semua unsur pendukung dapat ditingkatkan serta dievaluasi, maka dengan demikian keputusan memilih menjadi *member* tetap pada Sinduadi *Fitness Centre* dapat dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Sugiharto. 2015. *“Pengaruh Kualitas Layanan, Biaya Latihan, dan Citra Sekolah terhadap Keputusan Memilih Real Madrid UNY Soccer School sebagai Tempat Berlatih”*. Skripsi. Yogyakarta: FIK UNY.
- Boyke Mulyana, R. 2013. *Ilmu Kesehatan Olahraga*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Edgette, John H. & Rowan, Tim. 2011. *Psikologi Olahraga*. Jakarta: PT Indeks.
- Faidillah, K.S. 2006. *Dasar-dasar Latihan Kebugaran*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Fifyanita Ghanimata. 2012. *“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Erlina Semarang)”*. Skripsi. Semarang: FEB UNDIP.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iqbal Hasan, M. 2002. *Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Komarudin. 2015. *Psikologi Olahraga*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Made Novandri. 2010. *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan.”* Skripsi. Semarang: FEB UNDIP.
- Nanang Martono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. -Ed. Revisi-cet. 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Puguh Suharso. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks.
- Siswanto, H. B. 2008. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Smith, Aaron C. T. 2008. *“Introduction to Sport Marketing”*. Journal. Oxford: Elsevier Ltd.

Sofyan Yamin, Lien A. Rachmach, & Heri Kurniawan. 2011. *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suharjana. 2013. *Kebugaran Jasmani*. Yogyakarta: Jogja Global Media.

Sujarweni, V. Wiratna & Endrayanto, Poly. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. -Ed. -cet. 1. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.

Winandi, J. 2004. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Ijin Uji Coba Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta 55281 Telp.(0274) 513092, 586168 psw: 282, 299, 291, 541

Nomor : 132.a/UN.34.16/PP/2016.
Lamp : 1 Eks.
Hal : Permohonan Ijin Uji Coba Penelitian.

15 Maret 2016.

**Yth : Pengelola Lembah Fitness Mojo
Jl. Imogiri Barat Km.5.**


Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin uji coba penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Dwi Okto Panuntun.
NIM : 12603141046.
Program Studi : Ilmu Keolahragaan (IKORA).

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : 18 Maret s.d 19 Maret 2016.
Tempat/Obyek : Lembah Fitness Mojo.
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sinduadi Fitness Centre Sebagai Tempat Berolahraga.

Demikian surat ijin uji coba penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan

Prof. Dr. Yawan S. Suherman, M.Ed.
NIP. 19640707 198812 1 001

Tembusan :
1. Kaprodi IKORA.
2. Pembimbing TAS.
3. Mahasiswa ybs.

Lampiran 2. Surat Permohonan Ijin Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta 55281 Telp.(0274) 513092, 586168 psw: 282, 299, 291, 541

Nomor : 136/UN.34.16/PP/2016.

16 Maret 2016.

Lamp : 1 Eks.

Hal : Permohonan Ijin Penelitian.

**Yth : Pengelola Sinduadi Fitness Centre
Kutu Raden Komplek SD Sinduadi
Barat Jl. Magelang Km 5.**

Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Dwi Okto Panuntun.
NIM : 12603141046.
Program Studi : Ilmu Keolahragaan(IKORA).

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : 20 Maret s.d 23 Maret 2016.
Tempat/Obyek : Sinduadi Fitness Centre.
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sinduadi Fitness Centre Sebagai Tempat Berolahraga.

Demikian surat ijin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan,

Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed.
NIP. 19640707 198812 1 001

Tembusan :

1. Kaprodi IKORA.
2. Pembimbing TAS.
3. Mahasiswa ybs.

Lampiran 3. Surat Permohonan Memvalidasi Instrumen

PERMOHONAN UNTUK MEMVALIDASI INSTRUMEN

Hal : Surat Permohonan menjadi Validator Ahli
Lamp. : Angket Penelitian

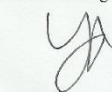
Kepada
Yth. Bapak Ahmad Nasrulloh, M.Or
Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan dengan judul **"Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sinduadi Fitness Centre (SFC) sebagai Tempat Berolahraga"**, maka dengan ini saya memohon Bapak menjadi validator ahli dan berkenan memberikan masukan terhadap instrumen penelitian saya. Masukan tersebut saya harap dapat membantu tingkat kepercayaan hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, besar harapan saya Bapak berkenan memenuhi permohonan ini. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih.

Mengetahui,
Pembimbing



Yudik Prasetyo, M. Kes
NIP 19820815 200501 1 002

Yogyakarta, 11 Maret 2016
Penulis



Dwi Okto Panuntun
NIM 12603141046

Lampiran 4. Persetujuan Validasi Ahli

SURAT PERSETUJUAN VALIDASI AHLI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yudik Prasetyo, M. Kes

NIP : 19820815 200501 1 002

Dengan ini menyatakan bahwa lembar observasi dan angket yang disusun untuk penelitian telah saya teliti, dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir Skripsi yang berjudul: **“Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sinduadi Fitness Centre (SFC) sebagai Tempat Berolahraga”**.

Lembar angket tersebut disusun oleh:

Nama : **Dwi Okto Panuntun**

NIM : **12603141046**

Telah disetujui dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian penyelesaian Tugas Akhir Skripsi.

Yogyakarta, Maret 2016
Validator



Yudik Prasetyo, M. Kes
NIP 19820815 200501 1 002

SURAT PERSETUJUAN VALIDASI AHLI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Nasrulloh, M. Or

NIP : 19830626 2008121 002

Dengan ini menyatakan bahwa lembar observasi dan angket yang disusun untuk penelitian telah saya teliti, dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir Skripsi yang berjudul: **"Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sinduadi Fitness Centre (SFC) sebagai Tempat Berolahraga"**.

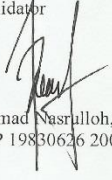
Lembar angket tersebut disusun oleh:

Nama : **Dwi Okto Panuntun**

NIM : **12603141046**

Dengan surat persetujuan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Maret 2016
Validator



Ahmad Nasrulloh, S.Or., M. Or
NIP 19830626 2008121 002

Lampiran 5. Uji Coba Angket Penelitian

ANGKET UJI COBA PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH LEMBAH FITNESS MOJO SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA

Identitas diri

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : a. Laki-laki

b. Perempuan

Pekerjaan : a. PNS/ TNI/ POLRI c. Wiraswasta e. lainnya

b. Pegawai Swasta d. Pelajar/ Mahasiswa

PENGANTAR

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan untuk penyelesaian tugas akhir skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Lembah Fitness Mojo sebagai Tempat Berolahraga”, saya mohon kepada Saudara/i selaku *member* atau pengguna jasa *fitness* yang sudah berkenan menjadi responden dengan mengisi pernyataan- pernyataan di bawah ini dalam menentukan jawaban yang sebenarnya. Mohon kepada Saudara/i untuk memberikan tanda **checklist** (✓) pada alternative jawaban yang tersedia. Adapun alternatif jawaban tersebut antara lain sebagai berikut:

SS = (Sangat Setuju)

S = (Setuju)

TS = (Tidak Setuju)

STS = (Sangat Tidak Setuju)

Terima kasih atas segala perhatian dan bantuan Saudara/i dalam mengisi angket ini.

A. Contoh pernyataan angket

No	Motivasi	SS	S	TS	STS
1.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena suatu kebutuhan dalam menunjang kinerja tubuh agar tetap bugar.	✓			

Lampiran 6. Butir Pernyataan Uji Coba Angket Penelitian

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Motivasi					
1.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena suatu kebutuhan dalam menunjang kinerja tubuh agar tetap bugar.				
2.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena dapat mendorong dalam mencapai efektifitas kerja.				
3.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo agar diperhitungkan pada lingkungan kerja/sekolah.				
4.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo sebagai bentuk kepuasan diri dalam kegiatan olahraga.				
5.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo agar mendapatkan penghargaan/ pengakuan dari lingkungan sekitar (teman, orang tua dll).				
6.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena berkeinginan untuk membentuk tubuh yang ideal dan berotot.				
7.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo agar mendapat semangat baru dalam menjalani hidup.				
8.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena tidak memiliki hobi dalam olahraga sehingga ingin mencoba-coba.				
9.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo untuk melatih kedisiplinan waktu setelah berlatih menggunakan jadwal latihan yang terprogram.				
10.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo agar meningkatkan rasa tanggungjawab dalam menjaga tubuh tetap sehat.				
11.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena memiliki masalah tanggungjawab pada pekerjaan yang lemah.				
12.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo agar mampu mengembangkan ketrampilan dalam pembentukan tubuh (menambah/mengurangi berat badan).				
13.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena baru menguasai pemahaman teori tentang				

	<i>fitness</i> dan belum pernah dipraktikkan sebelumnya.				
14.	Saya memilih berolahraga di Lembah Fitness Mojo agar terlibat dalam proses kegiatan untuk mempertahankan kebugaran tubuh.				
15.	Saya memilih berolahraga di Lembah Fitness Mojo agar terlibat dalam lingkungan hidup sehat karena lingkungan tempat tinggal tidak sehat (perokok, dll).				
16.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo agar berkesempatan menjadi ahli instruktur <i>fitness</i> .				
17.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo agar berkesempatan menjadi seseorang yang menarik dan diakui dengan tubuh ideal dan berotot.				
No.	Lokasi	SS	S	TS	STS
1.	Lokasi Lembah Fitness Mojo cukup strategis.				
2.	Jalan masuk ke Lembah Fitness Mojo dari jalan raya cukup mudah.				
3.	Lalu lintas disekitar Lembah Fitness Mojo sangat macet.				
4.	Lembah Fitness Mojo sulit dilihat dengan jelas dari tepi jalan.				
5.	Lembah Fitness Mojo memiliki petunjuk lokasi di jalan raya sehingga mudah ditemukan.				
6.	Tempat parkir Lembah Fitness Mojo cukup luas dan nyaman.				
7.	Tempat parkir Lembah Fitness Mojo cukup aman.				
8.	Lembah Fitness Mojo memerlukan petugas parkir kendaraan/ ada biaya parkir.				
9.	Lokasi Lembah Fitness Mojo jauh dari kebisingan (Tenang).				
10.	Lokasi Lembah Fitness Mojo dilengkapi fasilitas AC/ pendingin ruangan.				
11.	Masyarakat sekitar Lembah Fitness Mojo cukup ramah dan santun.				
12.	Masyarakat sekitar Lembah Fitness Mojo mendukung adanya jasa layanan <i>fitnes</i> .				
13.	Masyarakat sekitar Lembah Fitness Mojo mendapatkan fasilitas gratis dalam penggunaan jasa <i>fitness</i> .				

No.	Promosi	SS	S	TS	STS
1.	Bahasa dalam brosur/ iklan Lembah Fitness Mojo mudah dimengerti dan sesuai dengan kenyataan produknya.				
2.	Brosur/ iklan Lembah Fitness Mojo lebih menarik dan atraktif dibandingkan dengan brosur/iklan tempat <i>fitness</i> lain.				
3.	Brosur pengiklanan Lembah Fitness Mojo mudah didapat dari sekolah/instansi/tempat kerja.				
4.	Pengelola Lembah Fitness Mojo tidak hanya menyediakan fasilitas jasa <i>gym</i> , dan juga menyediakan jasa senam aerobik dan salon.				
5.	Pengelola Lembah Fitness Mojo menyediakan potongan harga untuk anggota yang telah terdaftar menjadi <i>member</i> lama.				
6.	Pengadaan <i>body contest</i> di Lembah Fitness Mojo pada masa yang akan datang dapat menarik bertambahnya <i>member</i> .				
7.	Promosi Lembah Fitness Mojo yang dilakukan melalui sosial media cukup efektif dalam menarik <i>member</i> .				
8.	Adanya publikasi atau promosi langsung dari pengelola Lembah Fitness Mojo melalui sekolah, perusahaan, dan instansi.				
9.	Pengelola Lembah Fitness Mojo ikut berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan (saling mendukung).				
10.	Pengelola Lembah Fitness Mojo memiliki hubungan yang tidak baik terhadap masyarakat setempat.				
No	Pengambilan Keputusan	SS	S	TS	STS
1.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo untuk memenuhi kebutuhan kesehatan tubuh.				
2.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo untuk membentuk tubuh atau mengencangkan otot.				
3.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena memiliki masalah sering mengalami kelelahan.				
4.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena memiliki standar dalam mempertahankan tubuh tetap bugar.				
5.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo hanya karena memiliki target untuk menjadi seorang Instruktur.				

6.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena telah mempertimbangkan konsekuensi dari proses latihan yang didapat.				
7.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena sebelumnya telah menjadi <i>member</i> di tempat <i>fitness</i> lain sehingga mampu menyimpulkan keuntungan yang diperoleh dari olahraga <i>gym</i> .				
8.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena dekat dengan lokasi daripada lokasi tempat <i>fitness</i> lainnya.				
9.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena dari segi harga relatif tidak mahal dibandingkan tempat <i>fitness</i> lainnya.				
10.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena memiliki tubuh yang kurang ideal sehingga ingin membentuk tubuh menjadi lebih berisi dan berotot.				
11.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena tidak memiliki waktu luang yang cukup untuk berolahraga.				
12.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena mampu menunjang program latihan secara berkala dalam menjaga tubuh tetap bugar dan sehat.				
13.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena mampu melaksanakan tujuan saya dalam membentuk tubuh.				
14.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena mampu menunjang saya dalam berpenampilan yang menarik dengan tubuh yang proporsional sehingga tidak ada niatan berpindah ke tempat lain.				
15.	Saya memilih Lembah Fitness Mojo karena telah merasa nyaman sehingga menetapkan diri menjadi <i>member</i> tetap.				

Lampiran 7. Hasil Uji Coba Validitas

Motivasi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Mot_1	49.6000	63.766	.554	.873
Mot_2	50.2667	66.409	.199	.882
Mot_3	50.5000	58.121	.509	.874
Mot_4	50.2000	60.097	.555	.871
Mot_5	50.4333	59.220	.489	.875
Mot_6	49.9000	61.748	.603	.870
Mot_7	50.1333	59.775	.704	.865
Mot_8	50.2000	67.269	.061	.888
Mot_9	50.1667	63.247	.483	.874
Mot_10	50.0333	61.413	.612	.869
Mot_11	50.4667	61.430	.509	.872
Mot_12	50.0000	62.552	.541	.872
Mot_13	50.4667	58.602	.670	.866
Mot_14	50.0333	62.171	.540	.872
Mot_15	50.2667	58.064	.644	.866
Mot_16	50.3667	59.620	.544	.871
Mot_17	50.3000	58.010	.633	.867

Lokasi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Lok_1	37.8333	25.592	.663	.773
Lok_2	37.6667	26.230	.571	.780
Lok_3	38.6000	24.938	.412	.786
Lok_4	38.3333	23.816	.445	.785
Lok_5	37.9667	25.206	.596	.773
Lok_6	37.9333	25.513	.484	.780
Lok_7	37.9667	28.378	.097	.806
Lok_8	38.2333	23.978	.465	.782
Lok_9	38.5000	23.845	.487	.779
Lok_10	38.5667	23.495	.444	.786
Lok_11	38.1000	25.955	.516	.780
Lok_12	38.1333	29.292	-.044	.810
Lok_13	38.1667	23.385	.572	.770

Promosi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Prom_1	25.3667	28.585	.696	.878
Prom_2	25.6333	29.137	.565	.885
Prom_3	25.6667	28.161	.454	.897
Prom_4	25.9667	27.757	.659	.879
Prom_5	25.8000	26.717	.732	.873
Prom_6	25.8000	26.648	.668	.878
Prom_7	25.5000	28.121	.749	.874
Prom_8	25.9000	27.886	.694	.877
Prom_9	25.6333	27.689	.768	.872
Prom_10	25.2333	29.013	.465	.893

Pengambilan Keputusan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK_1	44.5333	31.016	.702	.831
PK_2	44.8667	28.878	.635	.828
PK_3	45.3667	33.206	.127	.860
PK_4	44.8667	31.706	.566	.836
PK_5	44.7333	28.478	.714	.823
PK_6	45.1000	31.128	.516	.837
PK_7	44.9000	28.093	.594	.831
PK_8	45.0000	33.517	.077	.865
PK_9	44.7667	31.289	.532	.836
PK_10	45.0333	28.654	.563	.833
PK_11	45.6667	33.678	.149	.853
PK_12	45.0333	30.999	.553	.835
PK_13	44.9667	30.309	.623	.831
PK_14	45.1667	30.489	.608	.832
PK_15	44.8000	30.786	.554	.835

Lampiran 8. Hasil Uji Coba Angket Penelitian

Data Validitas Motivasi

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Total
1	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	57
2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	4	2	2	3	56
3	4	2	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	3	4	4	59
4	4	2	4	2	4	4	4	2	3	3	2	4	3	4	3	4	3	55
5	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	54
6	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	56
7	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	58
8	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	56
9	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	52
10	4	4	2	2	4	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	59
11	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	58
12	4	3	2	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	51
13	4	3	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	50
14	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	51
15	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	40
16	3	3	2	3	2	2	2	4	3	2	2	3	1	2	2	2	1	39
17	3	3	2	2	2	3	1	3	3	1	2	3	2	2	1	2	1	36
18	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	61
19	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2	4	60
20	4	3	1	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	46
21	2	2	2	1	2	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2	1	35
22	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	64
23	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	60
24	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	64
25	4	4	1	2	1	3	3	1	3	4	2	4	2	4	3	1	4	46
26	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	66
27	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	42
28	4	3	1	4	1	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	55
29	4	4	1	4	1	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	57
30	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	57

Data Validitas Lokasi

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Total
1	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	46
2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	3	47
3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	48
5	4	4	2	4	4	4	3	4	4	1	4	3	4	45
6	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	35
7	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	49
8	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	43
9	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	43
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	50
12	3	3	3	2	3	4	4	2	1	3	3	3	3	37
13	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	4	3	36
14	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	34
15	3	3	2	3	3	2	3	4	2	1	3	3	3	35
16	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	45
17	3	3	2	4	3	2	3	4	2	1	3	3	4	37
18	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	38
19	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	46
20	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	38
21	4	4	2	4	3	4	4	4	4	1	3	3	3	43
22	4	4	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	3	39
23	4	4	1	1	4	4	4	4	3	2	3	3	4	41
24	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	41
25	4	4	3	1	4	4	3	1	4	4	3	4	4	43
26	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	39
27	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	36
28	3	4	2	1	3	3	4	2	3	2	3	3	2	35
29	4	3	1	3	4	4	4	2	1	2	3	4	1	36
30	3	3	2	2	3	3	4	2	1	2	4	4	1	34

Data Validitas Promosi

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	3	3	3	1	2	2	3	2	2	4	25
2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	31
3	3	3	3	1	1	1	3	2	2	4	23
4	4	4	3	1	1	1	3	2	2	4	25
5	3	3	4	2	2	1	2	1	2	4	24
6	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
7	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	33
8	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	29
9	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	30
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
11	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	33
12	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
13	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	28
14	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	32
15	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
16	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	22
17	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	13
18	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	30
19	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	34
20	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
21	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	23
22	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
23	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21
24	3	2	1	3	2	3	3	2	2	2	23
25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
26	3	2	4	3	2	3	3	3	2	4	29
27	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	22
28	3	3	1	2	3	3	2	2	3	2	24
29	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	36
30	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	36

Data Validitas Pengambilan Keputusan

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	54
2	4	3	1	3	4	3	2	4	4	2	3	4	3	3	4	47
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	54
4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	48
5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	52
6	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	57
7	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	53
8	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	2	2	2	40
9	3	3	3	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	35
10	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	54
11	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	50
12	4	3	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	43
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	46
14	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	49
15	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43
16	3	1	3	3	4	3	4	4	3	1	2	3	3	3	4	44
17	3	3	3	3	4	1	4	3	3	3	1	2	4	2	3	42
18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
19	4	3	2	3	2	3	2	4	3	2	3	4	3	3	4	45
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	46
21	3	1	3	3	2	2	2	4	3	1	2	2	2	2	3	35
22	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	51
23	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	51
24	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	52
25	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	55
26	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	52
27	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	41
28	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	55
29	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	55
30	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	51

Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas Variabel Motivasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	17

Reliabilitas Variabel Lokasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	13

Reliabilitas Variabel Promosi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	10

Reliabilitas Variabel Pengambilan Keputusan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	15

Hasil Reliabilitas Uji Coba Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
X1 (Motivasi)	0,879	>0,600	Reliable
X2 (Lokasi)	0,798	>0,600	Reliable
X3 (Promosi)	0,891	>0,600	Reliable
Y1 (Keputusan)	0,847	>0,600	Reliable

Lampiran 10. Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN
ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SINDUADI FITNESS CENTER
SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA

Identitas diri

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : a. Laki-laki

b. Perempuan

Pekerjaan : a. PNS/ TNI/ POLRI c. Wiraswasta e. lainnya

b. Pegawai Swasta d. Pelajar/ Mahasiswa

PENGANTAR

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan untuk penyelesaian tugas akhir skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sinduadi Fitness Center (SFC) sebagai Tempat Berolahraga”, saya mohon kepada Saudara/i selaku *member* atau pengguna jasa *fitness* yang sudah berkenan menjadi responden dengan mengisi pernyataan-pernyataan di bawah ini dalam menentukan jawaban yang sebenar-benarnya. Mohon kepada Saudara/i untuk memberikan tanda **checklist** (✓) pada alternative jawaban yang tersedia. Adapun alternatif jawaban tersebut antara lain sebagai berikut:

SS = (Sangat Setuju)

S = (Setuju)

TS = (Tidak Setuju)

STS = (Sangat Tidak Setuju)

Terima kasih atas segala perhatian dan bantuan Saudara/i dalam mengisi angket ini.

B. Contoh pernyataan angket

No	Motivasi	SS	S	TS	STS
1.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena suatu kebutuhan dalam menunjang kinerja tubuh agar tetap bugar.	✓			

Lampiran 11. Butir Pernyataan Angket Penelitian

		Jawaban
--	--	----------------

No.	Pernyataan				
		SS	S	TS	STS
Motivasi					
1.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena suatu kebutuhan dalam menunjang kinerja tubuh agar tetap bugar.				
2.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center agar diperhitungkan atau diakui pada lingkungan kerja/sekolah/kuliah.				
3.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center sebagai bentuk kepuasan diri dalam kegiatan olahraga.				
4.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center agar mendapatkan penghargaan/ pengakuan dari lingkungan sekitar (teman, orang tua dll).				
5.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena berkeinginan untuk membentuk tubuh yang ideal atau berotot.				
6.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center agar mendapat semangat baru dalam menjaga tubuh tetap bugar.				
7.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center untuk melatih kedisiplinan waktu setelah berlatih menggunakan jadwal latihan yang terprogram.				
8.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center agar meningkatkan rasa tanggungjawab dalam menjaga tubuh tetap sehat.				
9.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena memiliki masalah tanggungjawab pada pekerjaan yang lemah.				
10.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center agar mampu mengembangkan ketrampilan dalam pembentukan tubuh (menambah/mengurangi berat badan).				
11.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena baru menguasai pemahaman teori tentang <i>fitness</i> dan belum pernah dipraktekan sebelumnya.				
12.	Saya memilih berolahraga di Sinduadi Fitness Center agar terlibat dalam proses kegiatan untuk mempertahankan kebugaran tubuh.				
13.	Saya memilih berolahraga di Sinduadi Fitness Center agar terlibat dalam lingkungan hidup sehat.				

14.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center agar berkesempatan menjadi ahli instruktur <i>fitness</i> .				
15.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center agar berkesempatan menjadi seseorang yang menarik dan diakui dengan tubuh ideal dan berotot.				
No.	Lokasi	SS	S	TS	STS
1.	Lokasi Sinduadi Fitness Center cukup strategis.				
2.	Jalan masuk ke Sinduadi Fitness Center dari jalan raya cukup mudah.				
3.	Lalu lintas disekitar Sinduadi Fitness Center (Jl. Selokan Mataram) sangat macet.				
4.	Sinduadi Fitness Center sulit dilihat dengan jelas dari tepi jalan.				
5.	Sinduadi Fitness Center memiliki petunjuk lokasi sehingga mudah ditemukan.				
6.	Tempat parkir Sinduadi Fitness Center cukup luas dan nyaman.				
7.	Sinduadi Fitness Center memerlukan petugas parkir kendaraan/ ada biaya parkir.				
8.	Lokasi Sinduadi Fitness Center dekat dari kebisingan (Tidak Tenang).				
9.	Lokasi Sinduadi Fitness Center dilengkapi fasilitas AC/ pendingin ruangan.				
10.	Masyarakat sekitar Sinduadi Fitness Center cukup ramah dan santun.				
11.	Masyarakat sekitar Sinduadi Fitness Center mendapatkan fasilitas gratis dalam penggunaan jasa <i>fitness</i> .				
No.	Promosi	SS	S	TS	STS
1.	Bahasa dalam brosur/ iklan Sinduadi Fitness Center mudah dimengerti dan sesuai dengan kenyataan produknya.				
2.	Brosur/ iklan Sinduadi Fitness Center lebih menarik dan atraktif dibandingkan dengan brosur/iklan tempat <i>fitness</i> lain.				
3.	Brosur pengiklanan Sinduadi Fitness Center mudah didapat dari sekolah/instansi/tempat kerja.				
4.	Pengelola Sinduadi Fitness Center tidak hanya menyediakan fasilitas jasa <i>gym</i> , dan juga menyediakan jasa senam aerobik dan salon.				

5.	Pengelola Sinduadi Fitness Center menyediakan potongan harga untuk anggota yang telah terdaftar menjadi <i>member</i> lama.				
6.	Pengadaan <i>body contest</i> di Sinduadi Fitness Center pada masa yang akan datang dapat menarik bertambahnya <i>member</i> .				
7.	Promosi Sinduadi Fitness Center yang dilakukan melalui sosial media cukup efektif dalam menarik <i>member</i> .				
8.	Adanya publikasi atau promosi langsung dari pengelola Sinduadi Fitness Center melalui sekolah, perusahaan, dan instansi.				
9.	Pengelola Sinduadi Fitness Center ikut berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan (saling mendukung).				
10.	Pengelola Sinduadi Fitness Center memiliki hubungan yang tidak baik terhadap masyarakat setempat.				
No	Pengambilan Keputusan	SS	S	TS	STS
1.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center untuk memenuhi kebutuhan kesehatan tubuh.				
2.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center untuk membentuk tubuh atau mengencangkan otot.				
3.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena memiliki standar dalam mempertahankan tubuh tetap bugar.				
4.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center hanya karena memiliki target agar menjadi seorang Instruktur.				
5.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena telah mempertimbangkan konsekuensi dari proses latihan yang didapat.				
6.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena sebelumnya telah menjadi <i>member</i> di tempat <i>fitness</i> lain sehingga mampu menyimpulkan kekurangan dari tempat <i>gym</i> sebelumnya.				
7.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena dari segi harga relatif tidak mahal dibandingkan tempat <i>fitness</i> lainnya.				
8.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena memiliki tubuh yang kurang ideal sehingga ingin membentuk tubuh menjadi lebih berisi dan berotot.				

9.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena mampu menunjang program latihan secara berkala dalam menjaga tubuh tetap bugar dan sehat.				
10.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena mampu melaksanakan tujuan saya dalam membentuk tubuh.				
11.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena mampu menunjang saya dalam berpenampilan yang menarik dengan tubuh yang proporsional sehingga tidak ada niatan berpindah ke tempat lain.				
12.	Saya memilih Sinduadi Fitness Center karena telah merasa nyaman sehingga menetapkan diri menjadi <i>member</i> tetap.				

Lampiran 12. Data Penelitian

DATA MOTIVASI

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
1	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	1	4	4	4	3	51
2	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	1	4	48
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	58
4	4	2	4	2	4	3	2	4	3	4	2	3	3	3	2	45
5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	53
6	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	53
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	56
8	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	52
9	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	52
10	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	47
11	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	53
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	44
13	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	54
14	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	41
15	4	2	4	2	3	4	3	4	1	4	3	4	4	3	2	47
16	4	2	4	2	3	4	3	4	2	3	2	4	4	3	3	47
17	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	47
18	4	2	4	1	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	50
19	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	45
20	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	55
21	4	2	4	2	4	4	3	4	2	3	3	4	4	2	4	49
22	4	2	4	2	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	2	44
23	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	53
24	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
25	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	54
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	43
27	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	55
28	4	3	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	52
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	43
30	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	2	4	3	2	50
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	44
32	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	53
33	3	2	4	1	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	49
34	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	50
35	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	1	51
36	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	55
37	4	2	3	2	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	4	48
38	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	50
39	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	48
40	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	52

DATA LOKASI

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	-------

1	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	36
2	4	2	4	4	3	2	2	4	1	3	4	33
3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	42
4	2	3	4	2	1	2	4	3	4	1	2	28
5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	1	37
6	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	38
7	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	1	38
8	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	39
9	4	4	3	3	2	3	3	1	3	3	2	31
10	3	3	2	4	3	3	3	3	1	4	4	33
11	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	2	37
12	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
13	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	1	37
14	2	3	4	4	2	3	3	3	3	4	2	33
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
17	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	32
18	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	1	36
19	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	30
20	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	36
21	4	4	1	3	4	4	2	4	4	4	1	35
22	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
23	4	4	2	2	4	3	4	3	4	4	1	35
24	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	29
25	3	3	3	3	4	4	1	3	4	4	1	33
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	32
27	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	1	37
28	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	41
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
30	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	38
31	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	31
32	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	37
33	3	4	3	3	3	4	1	2	4	3	4	34
34	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	39
35	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	39
36	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	1	39
37	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	28
38	4	3	2	4	1	3	4	4	4	3	2	34
39	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	40
40	2	2	4	4	2	3	3	4	3	4	2	33

DATA PROMOSI

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	35
2	4	3	1	3	4	3	4	3	4	4	33
3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	37
4	3	2	3	4	3	4	1	2	3	4	29
5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	37
6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
7	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
8	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
9	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	29
10	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
11	4	3	4	4	2	3	1	1	3	3	28
12	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	30
13	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	37
14	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	29
15	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
16	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	31
17	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	31
18	3	2	3	4	4	4	2	2	4	4	32
19	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	30
20	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
21	2	2	3	3	3	2	2	2	3	4	26
22	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	30
23	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	35
24	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	29
25	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	36
26	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	28
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	37
29	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	34
30	3	3	2	3	3	3	2	2	4	4	29
31	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	27
32	4	4	1	5	3	4	4	3	3	4	35
33	3	3	1	4	4	3	4	2	4	4	32
34	3	3	3	4	2	3	2	1	3	4	28
35	3	3	1	4	3	4	4	4	4	4	34
36	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
37	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	28
38	3	2	4	3	4	4	2	1	3	4	30
39	4	3	1	4	3	4	4	3	4	3	33
40	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	29

DATA PENGAMBILAN KEPUTUSAN

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
1	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	2	4	40
2	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	4	3	36
5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	43
6	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	44
7	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	44
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	42
10	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	38
11	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	2	42
12	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	34
13	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45
14	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	36
15	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	35
16	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	40
17	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	35
18	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	44
19	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	35
20	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	45
21	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	43
22	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	37
23	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	43
24	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	33
25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	45
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	42
30	4	4	4	4	4	1	3	1	4	4	3	3	39
31	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	38
32	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	40
33	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	45
34	4	3	4	4	3	1	4	2	4	3	3	3	38
35	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	45
36	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	44
37	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	34
38	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
39	4	3	3	4	3	1	4	3	4	4	4	3	40
40	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	36

Lampiran 13. Hasil Penelitian Kuantitatif

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Motivasi	Lokasi	Promosi	Pengambilan Keputusan
N		40	40	40	40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	49.6250	34.9000	32.3250	40.8500
	Std. Deviation	4.19821	3.49212	3.85232	4.44655
Most Extreme Differences	Absolute	.114	.132	.177	.112
	Positive	.090	.132	.177	.112
	Negative	-.114	-.101	-.113	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		.722	.834	1.119	.710
Asymp. Sig. (2-tailed)		.674	.491	.163	.694

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Linieritas

1. Pengambilan Keputusan-Motivasi

ANOVA Table

Pengambilan Keputusan * Motivasi

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	512.233	14	36.588	3.533	.003
	Linearity	412.908	1	412.908	39.877	.000
	Deviation from Linearity	99.325	13	7.640	.738	.712
Within Groups		258.867	25	10.355		
Total		771.100	39			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Pengambilan Keputusan * Motivasi	.732	.535	.815	.664

2. Pengambilan Keputusan-Lokasi

ANOVA Table

Pengambilan Keputusan * Lokasi

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	538.483	14	38.463	4.134	.001
	Linearity	366.322	1	366.322	39.370	.000
	Deviation from Linearity	172.161	13	13.243	1.423	.217
Within Groups		232.617	25	9.305		
Total		771.100	39			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Pengambilan Keputusan * Lokasi	.689	.475	.836	.698

3. Pengambilan Keputusan-Promosi

ANOVA Table

Pengambilan Keputusan * Promosi

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	529.642	14	37.832	3.917	.001
Linearity	376.731	1	376.731	39.006	.000
Deviation from Linearity	152.911	13	11.762	1.218	.324
Within Groups	241.458	25	9.658		
Total	771.100	39			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Pengambilan Keputusan * Promosi	.699	.489	.829	.687

Uji Multikolinieritas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Lokasi, ^a Motivasi	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.976	5.329		-.183	.856		
	Motivasi	.369	.155	.348	2.375	.023	.447	2.238
	Lokasi	.363	.172	.285	2.107	.042	.523	1.913
	Promosi	.336	.160	.291	2.092	.044	.496	2.015

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Estimasi Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^d

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Lokasi, ^a Motivasi	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.626	2.71973

- a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Motivasi

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.810	3	168.270	22.749	.000 ^a
	Residual	266.290	36	7.397		
	Total	771.100	39			

- a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Motivasi
b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.976	5.329		-.183	.856
	Motivasi	.369	.155	.348	2.375	.023
	Lokasi	.363	.172	.285	2.107	.042
	Promosi	.336	.160	.291	2.092	.044

- a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Lampiran 14. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



SINDUADI FITNESS CENTRE (SFC)

Alamat: Jln. Magelang km.5, Sinduadi, Mlati, Sleman, D.I.Yogyakarta

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No: 01/SLM/-YK/SFC/VII/16

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Tempat Fitness : Sinduadi Fitness Centre (SFC)
Perusahaan : Jasa Fitness
Alamat : Jl. Magelang Km.5 (Kuturaden), Sinduadi, Mlati,
Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Dwi Okto Panuntun
NIM : 12603141046
Fakultas / Jurusan : Fakultas Ilmu Keolahragaan/ Ilmu Keolahragaan
Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul:

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, LOKASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SINDUADI FITNESS CENTRE
SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA**

Sejak tanggal 4 April 2016 sampai dengan tanggal 7 April 2016, dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Yogyakarta, 7 April 2016

Sinduadi Fitness Centre


(.....*ETIHAAT*.....)

Pengelola SFC



SINDUADI FITNES CENTER (SFC)

AEROBIC & SALON

Dibuka

Potong Rambut
 Rebonding
 Creambath
 Toning / Cat Rambut
 Facial
 Cuci Blow, Dll
 Catok
 Make Up Wisuda
 dll.

kontak person :
 0878 3841 7579 (ita)
 0877 3900 0050

Pendaftaran Member Fitness & Aerobic

Jadwal Senam
Senin, Rabu, Kamis, Sabtu
Jam 16.00 Wib



Pendaftaran	15.000
Bulanan	35.000
Esidentil	5.000
Personal Trainer	300.000

ALAMAT : KUTU RADEN KOMPLEK SD SINDUADI BARAT JL. MAGELANG KM. 5 SINDUADI, MLATI, SLEMAN



Foto 1. Tempat Uji Coba di Lembah Fitness Wojo



Foto 2. Uji Coba Instrumen di Lembah Fitness Wojo



Foto 3. Uji Coba Instrumen di Lembah Fitness Wojo



Foto 4. Pengambilan Data di Sinduadi Fitness Centre



Foto 5. Pengambilan Data di Sinduadi Fitness Centre



Foto 6. Pengambilan Data di Sinduadi Fitness Centre



Foto 7. Pengambilan Data di Sinduadi Fitness Centre



Foto 8. Pengambilan Data di Sinduadi Fitness Centre